

# 进口片掘金国内院线 半年报”

全国电影票房突破300亿元大关的消息仍在近段时间持续发酵。尽管与往年相似,进口片仍是推动票房增长的不可或缺的力量之一,并凭借较少的数量收获了整个市场近半数票房,但北京商报记者调查发现,该领域也存在着新的变化,在好莱坞大片吸引观众前往电影院观影的同时,诸如《何以为家》、《绿皮书》等文艺类影片也逐步调动起观众的观影欲望。而这背后,既与国内市场观影习惯的改变密不可分,同时也离不开国内各大资本瞄准此类作品纷纷布局,并借助自身的宣发、大数据等手段,试图撬动另一片掘金地。

## 68部影片152亿票房

转眼间,2019年已经过半。北京商报记者依据公开信息初步统计,截至6月30日,2019年上半年共有309部影片在国内上映,其中国产片数量占较大比例,并以239部的数量占比77.3%,进口片则已有68部在院线上映,若加上本周末即将上映的2部,总数则将达到70部,在今年上半年所有上映影片中,只占据了约两成左右的比例。

尽管进口片的数量相对较少,仅是国产片的1/3,但进口片的吸金力与市场影响力仍不可小觑。据灯塔专业版显示,截至6月25日,2019年全国电影票房已达301.39亿元。而在这数百亿元票房中,已上映的68部进口片累计实现152亿元票房,分割整个电影市场50.43%的票房份额,而在数量规模拥有明显优势的国产片累计报收149.4亿元票房。

与此同时,在2019年电影票房总榜前十位中,进口片也显现出自身的票房优势,不仅《复仇者联盟4:终局之战》凭

借42.4亿元票房位列排行榜第二位,《大黄蜂》《惊奇队长》《哥斯拉2:怪兽之王》和《阿丽塔:战斗天使》也跻身至前十位,使得进口片在排行榜占据半数位置。

值得注意的是,今年上半年多部文艺向进口片也选择在国内上映,并有部分实现较高的票房。以《绿皮书》为例,该片在国内累计报收4.78亿元票房,并曾一度引发热门话题,此外小语种、无明星加盟的小众文艺片《何以为家》在国内上映后,尽管碰上了《复仇者联盟4:终局之战》,但也曾连续多日位居单日票房前三位,截至北京商报记者发稿时已在国内实现3.74亿元票房,被称为小黑马影片。

## 国内资本借势拓圈

进口片尤其是文艺向进口片之所以能在国内实现较高的票房,首先离不开影片自身携带的话题性。其中,类似《复仇者联盟4:终局之战》《大黄蜂》的好莱坞大片,因由IP改编而成,在上映前便已积累不少的受众基础,而文艺向

进口片在国内上映前也已通过各大知名电影盛会打下一定知名度,如《绿皮书》《何以为家》均在奥斯卡等评选中获得奖项或实现提名。

与此同时,国内各路资本也在纷纷围绕进口片筹谋布局,或成为联合出品,或负责国内的宣传营销,以此作为争夺市场、提升竞争力的方式之一。

好莱坞大片、知名IP电影是国内资本争相布局的影片类型之一。公开资料显示,今年上半年上映的《大黄蜂》《黑衣人:全球追缉》的背后,均有腾讯影业的身影,而《夏日友人帐》《千与千寻》则由光线传媒进行协助推广。影评人刘贺认为,参与好莱坞大片是帮助国内公司提升国际市场竞争力的手段之一,同时通过与好莱坞公司的合作,也能为自身增加项目经验,但同时也需承担较高的成本和风险。

也有不少公司将目光瞄向相对小众、更偏文艺向的进口片。阿里影业高级副总裁、淘票票总裁李捷表示,在三、四年前,人们都觉得这些电影是没有多少票房的,也不会有人引进,但是今年

这类片子非常受欢迎,票房也都非常好,说明观众的观影习惯和爱好是在变化的。且尽管以上作品的剧本可能是在三年前完成的,拍摄周期是两到三年,但由于该片能够引发观众的共情共鸣,三年前被感动,三年后也会被感动。

## 精准营销抢受众

为了能够让参与的进口片实现更好的市场反馈,国内资本也在借助旗下的大数据、渠道、资源进行营销推广。

路画影视CEO蔡公明表示,在《何以为家》上映之前,曾通过受众数据分析,制定了影片与《复仇者联盟4:终局之战》同档期上映的大胆决策,使影片以差异化优势取得了成功;在试映环节,前期模拟大盘口碑为影片预估,也与实际口碑基本吻合;宣传阶段则选择了短视频营销的方式形成话题热度,最终实现了营销“出圈”。

在业内人士看来,与此前观众在电影院会格外偏向动作片、特效片有所不同,现阶段电影的规律就是越来越类型化和分众化。而营销推广实际上是帮助影片能够在内容基础上实现更好反馈的方式,而决定一部影片是否能赢得市场的认可还在于口碑。

李捷认为,真正的驱动力还是用户到底喜不喜欢你的内容;其实可以发现这两年高分、高口碑的电影,无论是影响力还是热度都非常高,大家对电影的欣赏水平提升非常明显。基本一个电影上映出来以后,口碑一出来,这个电影就被决定了”。

北京商报记者 卢扬 郑蕊

## 易方达“易路前行”投资者交流活动 6月29日走进北京

今年以来,A股行情转暖,市场风险偏好明显抬升,投资者热情随之高涨。为了满足投资者及时了解市场动态及掌握公募基金配置工具的需求,易方达在全国推出“易路前行”系列巡讲活动。据了解,易方达这一系列巡讲活动旨在通过专家专业、深入的讲解,引导投资者树立理性投资理念,帮助投资者做到“明白白做投资”。

据了解,“易路前行”系列活动将于3月中旬至7月底在广州、北京、天津等30个全国重点城市展开。活动将邀请易方达基金的基金经理、理财分析师和知名券商的首席分析师等深受市场认可的专业人士,为投资者系统性讲解宏观经济及市场走势、深度分析热点行业以及详解指数投资策略等投资者重点关心的问题。在帮助投资者深入了解市场、把握市场机会的同时,也提醒投资者根据自身具体情况做好风险管理。

据了解,易方达基金已在广州本部举办了首场活动。北京场活动将于6月29日在天伦王朝酒店二层颐庭和宴会厅A厅举行。活动当天,易方达基金经理会就当前的宏观经济、热点财经事件等主题与现场投资者进行交流,并分享指数投资基础方法论。

同时,来自中国国际金融股份有限公司的董事总经理钱凯,将就5G行业如何改变世界进行深入研究分析,探索资本市场的投资机会。本系列活动自举办以来得到现场投资者的踊跃提问,与嘉宾互动频繁,活动深受好评。

## 探索艺术+科创 2019全球AI文创大赛启动

北京商报讯(记者 郑蕊 胡晓钰)6月25日下午,2019全球AI文创大赛(GAAC)在清华大学召开颁奖典礼暨新闻发布会,宣布2019全球AI文创大赛正式启动。

据了解,去年开启的2018全球AI艺术大赛是全球首个将AI与艺术相结合的世界级赛事,征集到来自美国、法国、意大利、丹麦等国家近150个项目作品,今年的赛事升级为“全球AI文创大赛”,随着范畴的拓宽,计划征集300件作品,打造吸引更多文创项目的平台。

活动启动仪式上,清华大学校务委员会副主任、2019全球AI文创大赛组委会主任史宗恺教授在致辞中表示,人工智能科技是全球发展的大趋势,我国在人工智能领域的研究并不落后于世界顶尖团队,在大数据、智能硬件、文创等领域蓬勃发展。希望AI文创的研究者们除了做技术之外也要对技术应用的伦理问题和道德底线提出要求。

北京市委宣传部副巡视员、

北京市文化创意产业促进中心主任梅松在致辞中介绍了北京市在科创加文创方面取得的成果:北京作为全国的文化中心,也是全国的科技创新中心。北京这几年一直在超纪录,科创加文创,将文化科技边界融合的产业是发展最快的。去年市文创方面达到10700亿元,涉及4000多家企业,人均创收187万元。北京市人均收入是24万元,而我们做到了187万元。文化创意产业人均产出全市最高,超过金融业。地均产出方面,文创园区的地均产出是每平方米创造670元,也是很高的。我们期待以清华大学为代表的更多高校共同发展科技与文化,推动文化创新与科技创新。”

随后,清华大学新闻与传播学院党委书记、2019全球AI文创大赛组委会执行主任胡钰提出了本次大赛的主题词“妙思酷技”,由清华大学人工智能研究院孙茂松教授主持研发的“九歌”计算机诗词创作系统以“妙思酷技”为题创作藏头诗,庆贺大赛顺利开幕。

启动仪式现场,围绕“AI赋能文创”展开了两场主题论坛。对于AI赋能文创的难点问题,嘉宾们也进行了讨论。北京非静止建筑设计创始人马丁指出,AI投入运用的难点在于说服协同者,包括甲方理不理解,是否符合现行规范等问题需要考量。平安科技智能引擎部副总工程师姜凯英表示,从评价体系角度看AI创作好坏的界定标准模糊,但在许多未知的前提下,AI是有机会帮助人类找到许多创新点。

艺评网创始人、大赛发起人孔中在接受北京商报记者采访时指出,AI技术的运用已经体现在艺术教育及人才培养等方面,例如中央音乐学院已经率先设置了音乐人工智能的博士学位;在文创产业中也扮演着重要角色。参与赛事的不单是艺术家或者是高校学生,更有京东、平安、微软这样的企业团队参与。例如京东的文案和阿里的海报设计,都是利用AI做出来的,已经是业务领域的一部分。”