

# 《扫毒2》背后的寰宇沉浮

7月8日,电影《扫毒2》已上映7天时间,截至北京商报记者发稿,《扫毒2》已取得6.75亿元票房。这一数字再现港片高光时刻的同时,也让《扫毒2》背后的出品公司寰宇娱乐有限公司(以下简称“寰宇娱乐”)再度进入人们的视线之中。近年来,在港片式微的形势之下,寰宇娱乐这家老牌香港电影公司也备受考验,甚至早在2016年起,寰宇娱乐就开始出现了大面积业绩亏损。在内地电影市场崛起,港片日近黄昏的今天,寰宇娱乐能否借《扫毒2》逆袭?老牌香港电影公司该何去何从?

## 净利润连年亏损

当刘德华、古天乐、苗侨伟带着久违的港味在大荧幕上与观众见面时,观众们用3天破4亿元票房的速度向市场证明了这个天王组合的票房号召力。

猫眼电影专业版显示,7月5日上映当日,《扫毒2》以1.32亿元的票房成绩将《蜘蛛侠:英雄远征》拽下榜首,居于当日票房第一。截至7月11日14时30分,《扫毒2》累计票房为6.75亿元,猫眼评分为9.0分,高于《扫毒1》8.9分的评分。

《扫毒2》的票房一路高涨,而它背后的出品公司寰宇娱乐的业绩却是连年亏损。据寰宇娱乐年报显示,2016年开始,寰宇娱乐净利润开始出现大幅下滑。2016年净利润亏损1.41亿港元,同比下滑186.93%。直至2018年,寰宇娱乐的业绩颓势依然没有好转,2018年净利润亏损1.35亿港元。

在日前公布的2019年中期财报中,寰宇娱乐的业绩亏损仍在继续,报告期内,寰宇娱乐净利润为亏损4956.8万港元。寰宇娱乐方面表示,在电影发行及放映、授出及转授电影版权方面,报告期内该业务产生的收益约为500万港元,较上年同期之约2710万港元减少81.5%。这部分约占集团收益的17.8%,而在2017年,这一数字为53.9%。收益的减少主要源于缺乏新电影上映,而去年同期,寰宇娱乐有3部电影上映。



## 《风云》之后鲜有“风云”

如今的落寞掩不住寰宇娱乐这家老牌香港电影公司昔日的辉煌。1986年,林小明创立了寰宇激光录像有限公司,或许是率先嗅到香港电影繁荣的味道,寰宇在上世纪90年代中后期开始涉猎电影制作与发行,通过把电影版权转售给国内音像出版社,借此建立新发行网络,并成立世纪创作室有限公司、纵横制作有限公司、数码节目制作有限公司和寰宇影像国际等公司进行电影制作。1999年,寰宇国际成功在港交所上市。

在功夫片、动作片、警匪片、喜剧片、武侠片等多种题材百花齐放的上世纪90年代,寰宇娱乐也通过《少林足球》《双雄》《三岔口》《风云》等影片逐步在竞争激烈的香港电影市场占有了一席之地。其中,1998年上映的电影《风云》以4150万港元的票房成绩拿下当年香港电影票房冠军。

但属于寰宇娱乐的“光辉岁月”并未“光辉”太久。猫眼电影专业版显示,2010年以来,寰宇娱乐共出品了15部电影,其中票房过亿的影片仅有《扫毒1》《扫毒2》《拆弹专家》等5部影片,《高举爱》《梦游》等影片的票房仅为几百万元。

对于寰宇娱乐业绩的不景气和爆款影片难再的局面,北京商报记者多方联系寰宇娱乐方面,但截至

发稿尚未获得回复。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰表示,香港电影僵化的制作模式和内容单一让港片市场份额和影响力不断缩减。老牌香港电影公司不仅要面对香港电影市场中内地、东南亚、好莱坞等多个市场的分流,还要面临内地市场中因缺少类型差异化带来的观众审美疲劳的考验。

## 昔日大佬如何重拾辉煌

在香港电影人才流失、黄金时代远去的今天,寰宇娱乐的业绩困境实际上是整个香港电影产业的缩影。

随着内地电影市场的兴起以及好莱坞、东南亚等电影市场的冲击,香港电影逐渐走向了落寞。邵氏停产、嘉禾电影被收购且不再涉足上游影视业务,新艺城也因利润分配不均、创作观念发生分歧等问题仅存活11年就宣告解体。面对市场的大浪淘沙,其他香港影视公司即便能继续出品电影,产出量也极低,基本一年1-2部甚至几年一部。

在合拍片已经蔚然成风的当下,不少香港电影公司通过合拍片的方式借力内地资本实现票房收益。影片《红海行动》就是其中的典型代表,该影片的出品方涵盖内地和香港两地的影视公司,如博纳影业、中国人民解放军海政电视艺术中心、英皇影业等,演职人员也是两地兼具,比如导演为香港导演林超贤,演员则既有张译、杜江等内地演员,同时也有任达华等香港演员。此外,《美人鱼》《捉妖记》等影片也是如此。

在中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举看来,“港片想要进入内地市场只能走合拍片的道路。而在互联网快速发展的时代下,视频平台或许能够成为香港电影公司的下一个依托”。

影评人王方指出,由于受到时间和空间的限制,电影院上映的影片数量有限,再加上现阶段欲在院线上映的影片众多,香港电影若想要借该渠道获得较高的票房会面临较大的竞争,而视频网站则可以不受时间和空间的影响,并可直接对受众以获得市场。

北京商报记者 宗咏杉

## 多维度全链条投资布局 上海电影基金“重仓”电影产业

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)上半年票房规模和观影人次分别同比减少2.7%和10%的数字,显示电影市场当下的寒潮还未退去。为了让电影市场激发出更大活力,电影行业从业者已开始行动起来。其中,上海双创文化母基金及亚太未来影视作为主要发起人,联合社会资本,在上海市宣传部部的支持和指导下,正式宣告成立“上海电影基金”。

上海电影基金首期规模为10亿元,成立当日即与影联传媒签署战略合作协议,深度投资参与影联传媒未来主控发行的电影项目。据亚太未来影视创始人董文洁透露,上海电影基金的成立缘起是电影《天火》,也正是通过这部作品让上海双创与亚太未来结缘产生了深度合作的意愿。上海双创曾发起设立规模20亿元的文化母基金,此次与亚太未来影视一拍即合,仅用不到半年时间,便实现了上海电影基金的设立落地。

电影与金融的结合,是市场和产业发展的方向。而随着国内电影市场的发展,过去几年很多机构均设立了各种名目的电影基金投资电影项目。在董文洁看来,2014-2016年是电影市场最热闹的时候,也是泡沫最大的时期。很多电影基金由于对电影行业缺乏了解,匆促成立,亦仓促夭折。为避免类似问题,上海电影基金在投资

决策流程和机制上做了缜密的设计。上海电影基金的突出特点就是产融结合,主要发起方分别由资深的金融专家和电影从业者组成,都拥有丰富的行业经验。双方在互相尊重的基础上进行坦诚沟通,并以彼此的专业性作为投资决策基础,制定共同的发展目标,期望基金未来投资的项目既能有良好的社会效益,又能有优异的投资回报。”董文洁表示。

根据规划,上海电影基金的投资将聚焦于头部项目,每年希望投资3-5部优秀的电影作品,同时在电影的制片、发行、放映等全产业链进行战略布局,董文洁认为,“基金投资的项目数量不在多而在精,例如就电影内容而言,希望投资的每部电影都能是不同类型的影片的代表作,这些影片都能实现一定程度的创新,无论是题材、技术还是模式”。

眼下正值暑期档,市场一片乱象,各种撤档、改档不断。面对市场现状,董文洁认为,虽然国内电影票房等数字出现同比下滑,市场上的寒意仍将持续一段时间,但从某个角度看这也不是件坏事,通过市场的纠偏纠错机制,可以让前几年快速发展累积的问题释放出来并找到调整的契机,最终达到良币驱逐劣币的目的,帮助中国电影市场在未来实现更良性有序的发展。

## 楼盘广告擅用“宋城”商标 法院判决停止侵权

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 周晨)7月10日,海淀法院对楼盘广告擅用“宋城”商标一案做出判决,判决二被告立即停止侵权,并赔偿经济损失100万元及相应合理开支。此前,因河南供水房地产开发有限公司、河南省郑州市江山房地产开发有限公司使用“宋城”作为其开发楼盘的名称,并在售楼处、微信公众号、优酷网等平台进行宣传。宋城演艺、杭州宋城景观房地产有限公司(以下简称“宋城景观”)将该两家公司诉至法院,要求其停止侵权、消除影响并赔偿经济损失及合理开支共计300万元。

原告宋城演艺及宋城景观诉称,二原告对第931730号、第919890号“宋城”商标享有相应商标权利,二被告未经许可,擅自将其开发、销售的楼盘命名为“江山宋城”,并在售楼处外景、内饰、现场工作人员服装、沙盘、宣传资料、优酷网等多处突出使用与涉案商标相同的“宋城”标志,该行为侵害了二原告享有的涉案商标专用权。二被告在经营活动中使用“宋城”二字的行为,亦是对二原告企业字号的使用,同时构成不正当竞争。

但被告辩称,对“宋城”二字的使用并非商标性使用,且涉案楼盘位于北宋都城开封市,故属于对“宋城”这一通用名称的正当使用。因此不同意原告的全部诉讼请求。

对此法院认为,二被告在类似服务中使用与涉案商标近似的标识,造成相关公众混淆的行为,构成对涉案商标专用权的侵害。虽然二被告提出其对“宋城”的使用系对北宋都城简称这一通用名称的使用,但“宋城”并非任何可与商品房开发与销售建立起固定联系且具有普遍意义的通用名称。