

2月影市或将首次突破30亿票房 票房背反质量的中国逻辑

■ 本报 李成成 报道

情人节、元宵节当天中国电影票房达21亿，打破2013年情人节创下的19亿票房，同时当天上映的《北京爱情故事》三日就获得2亿票房，可见中国电影市场的火爆程度。自从春节以来，电影票房屡屡打破新纪录，据统计，2月1日到16日的票房已经达到235亿，业内预测2月的票房将突破30亿，有望创新单月票房纪录。

而在票房一路飘红的时候，也有不少电影人居安思危，屡创票房佳绩的电影的质量事实上与票房并不匹配，票房的高低越来越不受电影质量的制约，由此引起了一些对电影票房和内容质量的讨论。

马年票房一路飘红

马年刚一到来，电影票房就出现开门红，一马当先，引领中国电影市场一路攀升。根据《中国电影报》统计，2月10日至16日，这一周的票房为823亿，观影人次2300万。其中，于情人节当天上映的《北京爱情故事》3天收获了2.08亿票房，成为当周票房冠军。此外《西游记之大闹天宫》、《澳门风云》、《冰雪奇缘》以及《爸爸去哪儿》的票房分别为1.92亿、1.44亿、1.07亿以及9300万，成为周票房排行前五名。

单是情人节、元宵节这一天，观影人次547万多，票房就达到了22亿元左右，超过了2013年情人节的1.9亿票房，创下情人节单日票房之最。由陈思诚导演的《北京爱情故事》一马当先，创下1.04亿元票房，观影人次近263万，并创下内地2D华语电影历史上最高的开画成绩。

情人节、元宵节双节的到来以及多部电影的上映带来电影市场的井喷，票房可观，但票房的走高并非只在双节期间，整个二月的票房都持续走高。根据统计数据，2月3日到9日观影人次比双节这周更高，达到3200多万，周票房更是突破了10亿达到11.5亿。其中《西游记之大闹天宫》、《爸爸去哪儿》以及《澳门风云》领衔票房前三，分别达到4.5亿、3.2亿以及1.9亿的票房。

这期间票房的大卖缘于春节假期，假日一直是大家游玩、观看电影的高峰。根据国家新闻出版广电总局网站消息，2014年春节假期，也就是1月31日到2月6日，全国电影票房突破14.34亿元，观影人次高达3945万，放映场次82万场，与2013年相较，同比分别增长622%、733%、46.4%，创下历史新高，刷新市场记录。

《西游记之大闹天宫》、《爸爸去哪儿》和《澳门风云》均于大年初一上映，一上映就引来众多影迷的观看。尤其是《大闹天宫》，一经上映就刷新多项记录，其首日票房达到1.23亿，成为首日最高、单日最高、首部首日过亿的华语片，上映二天就突破2亿、三天破3亿创下中国影史新高。此外这部电影还有过最快、华语影史上大年初一最高票房等记录。

整个春节档期间，全国城市电影市场均呈现出火爆的场面，各项市场指标和数据都有所攀升。从票房数据来看，《大闹天宫》收获6.18亿票房夺冠，亚军《爸爸去哪儿》得到4.7亿票房，排名第三的是《澳门风云》，有18

亿多票房。21日上映的《霍比特人2》也受到众多影迷的追捧和期待，其上映将引来又一次的观影潮。

马年一开始，中国电影的票房就不断传来捷报，票房最火的《大闹天宫》也在19日成功突破10亿，中国的电影市场和观影规模都呈上涨的态势。2月份中国已经创下多个票房之最，而且有望首次创下单月票房突破30亿的记录。

中国电影市场的火爆并非这一时，可以看到，在刚刚过去的2013年里，中国电影总票房达到217.69亿元，比上年增长27.51%。其中，国产影片的票房为127.67亿元，占比58.65%。中国电影市场规模在不断扩大，尤其是国产华语电影的票房更是节节攀升。

票房高不等于口碑好

票房最火的《大闹天宫》，在19日就突破了10亿票房，但是其口碑却并非如其票房那般令人称赞。可以看到，在豆瓣电影上，该片的评分仅为4.5分(以2月20日为准)，时光网上的评分为6.2分(2月20日)。

同样收获可观票房的《爸爸去哪儿》的评分也不高，豆瓣评分上显示为6.6分(2月20日)，而时光网上则仅为5.5分(2月20日)，同期上映的《澳门风云》、《大话天仙》、《菊花台》等电影的评分也甚低。

在这些吸金颇多的电影中，口碑似乎成了对票房无关紧要的因素。去年年底的贺岁片《私人定制》也是如此，在批评满天飞的情况下还是收获了较高的票房。

这一现象也引来众多的争论，很多观影者都表示，《大闹天宫》走的是山寨的特效大片路线，其情节和内容都不出彩，甚至有些狗血，但是为何能引发众多影迷走进电影院观看呢？此外，《爸爸去哪儿》这种电视综艺节目走上银幕的形式也引来很多讨论，并引来很多对电影本质以及市场机制的探讨。

也就是这些评价不好的电影，却引发了一阵观影狂潮，春节排队半小时买票都是常态，甚至一些影院还出现一票难求的现象。电影院内人潮汹涌的局面，让人不禁感叹，观众对荧幕上电影的质量有没有要求？

对于此，甚至有人刻薄地评论认为，《西游记之大闹天宫》说明“高票房与电影好坏无关”，《爸爸去哪儿》则证明“高票房甚至和电影无关”。于是，贺岁档之后，关于电影特效的使用，关于电影类型的创新，再次成为电影界争论的焦点。

无疑，现在越来越多的人尤其是80、90后已经认同了去电影院看电影的方式，他们也乐于花钱进影院，而且在节假日里，看电影也成了很多亲友聚会、表达感情的方式之一。从春节、情人节电影火爆的程度中就可窥一斑。

很多观影者都表示，电影院已经不仅是单纯的电影放映场所，更是陪伴家人、朋友聚会等社交活动的重要场所。与亲人朋友享受的合家欢时间比起影片的质量更加重要。

此外，中国电影院线也在不断地增加，据了解，截止到2013年底，全国的荧幕总数达到了18195块，各类城市的影院建设都在加快，尤其是二三四线城市以及县级城市的增长速度更快，而且新兴市场在全国影院市



场格局中占据的份额越来越高。

影院基础设施建设规模的扩大和受众群体的增加都为市场的繁荣做出了很大的贡献，票房也随之上升，然而影片的质量在整体上却有所下降。面对这样的现状，很多人不得不惊呼，原来票房和电影的好坏的关系并不大。

中国有高质量的电影

新年以来电影票房引来的轰动，引起了很多人对电影质量的讨论。近来，很多人都在感叹中国电影的质量越来越低了，各种三六九等的电影都能搬上荧幕，甚至其中有些还有可观的吸金成果。反观国外的电影，拿正在上映的《冰雪奇缘》来说，其内容情节、形式以及制作效果都堪称完美，拥有极高的水准，但票房却远远落后于《大闹天宫》、《爸爸去哪儿》、《澳门风云》等国产影片。这一现象不得不让人反思，中国电影繁荣到底是基于什么因素。

可以看到，最近几年，很少有华语影片在国际电影节上夺魁。1993年陈凯歌导演的《霸王别姬》获得了戛纳国际电影节的金棕榈之后，再没有华语电影获得此项奖了，而威尼斯电影节的金狮奖华语电影得过六次，自2007年李安的《色·戒》之后，这几年来也没有一部华语电影得此奖。2007年之后，到2013年中国的电影在三大国际电影节上都呈现空白。

这几年的电影质量可想而知，但是好的电影并不是一部也没有，间或也会出现一些高质量的电影。今年第64届柏林电影节上，内地电影《白日焰火》摘得金熊奖桂冠，电影在国际上好评如潮。

但是，试想将《白日焰火》与《大闹天宫》、《爸爸去哪儿》等电影同期上映，其票房和影响会怎样呢？恐怕在真人秀节目《爸爸去哪儿》与《大闹天宫》面前会显得不值一提。中国不是没有好电影，只是为什么票房好的电影质量和口碑却都不尽如人意呢？

事实上，有很多好的、得奖的电影在内地电影市场上都显得默默无闻的，比如曾获金狮奖的《三峡好人》。或许，大多数电影受众只停留在感官的刺激上，哭过、笑过就好，

而令人沉默的影片却不愿观看。

这也就是为什么看重特效的《大闹天宫》以及明星真人秀类型的《爸爸去哪儿》得到火爆的原因之一。《爸爸去哪儿》一般都是带着小孩子去看，而且在影片结束的时候，电影院里的小孩子还能跟着影片一起合唱“老爸，老爸，我们去哪里呀……”

面对各种炒作概念、营销手段和渠道为王的观念，票房的高低已经取决于电影质量的高低了。像《爸爸去哪儿》这个影片，就是因为其在综艺节目目中赢得的观众群体，在节目拥有了一定粉丝之后，借着这个机会再推出大电影，成本低廉、用时少却赚得无数票房。其营销方式和炒作对象选择的是小孩子和家庭，这样的亲子电影对有孩子的家庭是极富吸引力的。

根据网友黄小姐的说法，她其实是不想去《爸爸去哪儿》这部电影的，无奈6岁的儿子却一直要求要看，没办法只好和老公带着儿子去电影院观看。她还说，电影其实也没有多好看，但儿子看得很开心，这就足够了。

虽然，现在很多电影都是借用各种营销手段来赚知名度和票房，这对目前的中国电影市场有一定的契合度。但是，电影的本质是其质量，如果市场上长期流动的是低质量的产品，或将让这个产业从高峰迈向低谷。

2012年中，中国电影总票房中有超过一半都是国外的电影，而国产电影的票房首次低于进口影片。但是2013年，国产电影又搬回一局，在全年总票房中占比58.65%，但是繁荣的背后，我们也不能只看票房，电影人仍需要用扎实的努力让电影更好地发展下去。

繁华背后 居安思危

中国电影市场发展迅速，市场规模不断地扩张，甚至成为了中国经济版图上变化最迅猛的领域之一。现在一部电影的票房轻而易举就能上亿，甚至突破十亿，不得不说，电影的发展速度是令人惊讶的。

马年以来的电影票房，取得了巨大的成功，在很多人看来，这证明了中国电影市场的全面繁荣，也透露出中国观众已经形成了

去电影院观影的习惯，这对电影的发展当然是很有帮助的。与此同时，在另外一些人看来，这样的繁荣并不是“电影的胜利”，而是“消费的胜利”，是“市场的成功，文化的失落”。

在这些繁华的景象和夺目的数据面前，很多人也开始居安思危，看到了一些隐忧在繁荣的电影市场中，好口碑的国产影片越来越难以见到，而那些在内容之外的形式上、营销上等方面取胜的影片，却通过不断高涨的票房，掩盖着国产影片在内容和口碑等真正可持续动力上的缺失。

对于电影的质量好票房的讨论，一些人认为，我们不应该只停留在票房好坏的初级阶段。凭借我们现有的硬件设施和资本运作，中国电影已经处于发展得较好的水平上了。而在此阶段，应该考虑的就是电影的内容了，只有在内容上取得突破，才能打造出属于国产电影的良好口碑。

如果仅仅追求形式的新颖、特效的炫目，以及营销的别出心裁等，当海外大片再次大规模来袭时，不管是我们投入巨大的影院等硬件，还是我们着力打造出的渠道、悉心培养起的观众，都只是为他人做嫁衣罢了。

电影市场上有中国的观影群体，而在这一规模巨大的电影受众中，每个人的思维和审美的不一样，其感兴趣的内容和题材也都不一样，有的人喜欢爱情片或者搞笑片，而另外一些人可能会喜欢动画片或亲子片，而且每个人的评价也会不一样。

比如喜欢看《爸爸去哪儿》的人会说这部片子很好看，但不喜欢的人会对其嗤之以鼻。在观影群体规模巨大的情况下，众人的口味就更难统一，所以出现了各种各种种类不一的电影。迎合观众的影片，其主要特征就是为了满足一定观众喜爱的片子肯定会得到另外一些人的不喜欢。

其实，电影并不是只有迎合观众和赚得票房的商业属性，还兼具媒体属性也艺术品属性。电影也是艺术品的一种，是想象力和技术造梦的汇聚，融技术工业和艺术性质于一体，因此，才使人对其沉迷、喜爱。

一位知名影评人曾在其文章中指出，电影创作的艺术理念和技术手段是带动整个视频行业的龙头，无数艺术家和工程师以极大的热情投身于电影行业，然后让这个行业的成果再反馈给电视和其他包括互联网视频等新兴行业。如果无视这点，反而用制造概念、炮制噱头等敛财投机的办法去伤害电影本体，终究也会被波及伤害到整个视听商业链上的其他链条。

在面对票房以及宣传、营销手段的时候，电影的本质不能忘掉，不断其炒作得多火，内容才决定电影的好坏，而票房仅仅是电影商业属性的一个表现而已，其艺术性并不能从中体现。只要内容好的电影，才能取得好的口碑，以及长效的影响力。

目前中国电影的火爆程度令人称赞，但是耀眼的数据面前，更应该沉下心来，把电影做好，注重电影的品质，只有品质高的作品才能让中国电影的口碑和票房那样不断升高，也只要好的电影才能长久地流传下来。这也就是为什么现在看《音乐之声》、看《霸王别姬》、《红高粱》还是会被其吸引的原因。好的电影才能不被淹没在历史的长河之中，才能推进电影产业的发展。

新“国五条”出台一周年 调控目标落空

■ 孙建永 报道

去年2月20日，新“国五条”楼市政策出台。一年后，房地产市场各个层面都发生了一系列变化，也存在很多问题，如多数城市房价普遍上涨，市场供求矛盾明显。但是，“回顾‘国五条’出台至今市场一年来的发展，能得到很多有价值的提示，即使它未能取得预期的房价调控结果。”伟业我爱我家集团副总裁胡景晖说。

多数城市房价仍上涨 年度调控目标落空

房地产市场经历了十多年的快速发展，期间伴随有多轮调控政策的出台，每一轮调控，“房价”都是绕不开的重点。

2013年2月20日，国务院常务会议出台了五项政策措施，核心内容包括完善稳定房价工作责任制；坚决抑制投机投资性购房；增加普通商品住房及用地供应；加快保障性安居工程规划建设；加强市场监管等多项内容，被称之为新“国五条”其中，制定年度房价调控目标被重点强调出来。

随后，在各地出台的新“国五条”细则内容中，年度房价调控目标的条款引发关注。

梳理发现，除北京和上海以保持房价稳定外，大部分城市的新建住房价格控制目标为低于城镇居民人均可支配收入增长水平。

此后的一年时间里，各地房价变化有目共睹。值得关注的是，房价变化在不同城市间也出现了分化局面。日前，国家统计局局长马建堂在答记者问时提到：“一线城市房价上涨较快的同时，去年城市的房价也出现了比较明显的分化趋势，二三线城市总体上讲上涨比较平稳，个别三四线城市特别是四线城市有的房价出现了下跌。”

胡景晖分析表示，2013年全年，除了少数如温州、海口、聊城等二三线城市之外，市场价格在京沪等一线城市的带动下仍然普遍上涨，一线城市住宅价格涨幅均超15%。为此，多家媒体的报道直指年度房价调控目标落空，政府问责无下文。

市场供求矛盾明显 土地市场持续火热

记者在对多位专家的采访中了解，作为影响房价的主要因素，供求关系被多次提及。其中，中国房地产业协会副会长兼秘书长朱中一认为，虽然房价的上涨与购房者对房价上涨预期有关，但主要还是供求关系问

题。“包括北京、上海等一线城市及部分二线城市，市场的供应与需求还是很不对称的情况。”

胡景晖同时认为，刚性市场的需求是被低估了，而市场供应严重不足。以北京为例，2013年北京首个自住型商品房问世之时，仅申购家庭数量就接近15万，而2013年全市新建商品房成交量不到12万套，刚需与供应之间的矛盾可见一斑。

值得肯定的是，在过去的一年里，各地均加大了对普通商品住房及用地供应，尤其是住房用地的供应力度明显。一、二线城市土地市场成交火热，土地出让金创出新高，且土地市场的热度一直延续至今。

清华大学中国与世界经济研究中心研究院教授袁钢明在肯定市场供应的同时，强调要进一步抑制投资投机性购房，保证市场供应的健康和正常。

年度保障房建设任务完成 有望分流市场需求

保障性住房在满足楼市供需方面也起到重要调节作用。2013年新“国五条”要求加快保障性安居工程规划建设，全面落实2013年城镇保障性安居工程基本建成470万套、

新开工630万套的任务。

近年来，保障性住房一直是各地住房建设强调的重点之一，预计“十二五”期间，我国将建设3600万套保障房和棚户区改造住房。在全国各地的土地市场供应中，各类保障性住房用地供应持续增加。去年底，兼有保障房性质的自住型商品房用地在北京形成大量供应，未来将有效分离纯商品房市场的大量需求。

如今，保障房的建设已经取得一定成效。2013年12月16日，住建部发布信息称，截至当年11月底，全国已开工城镇保障性安居工程666万套，基本建成544万套，全面完成年度目标任务，完成投资11200亿元。

谈到保障房建设工作，住房和城乡建设部总经济师冯俊表示，“十二五”前三年，保障房建设总体进展顺利，目前开工超过2500万套，基本建成约1500万套。从现在的进展情况看，整个“十二五”期间完成开工3600万套的任务应该说是有望的。

调控新转变 楼市调控长效机制待建立

在新“国五条”政策执行的2013年，“宏观稳、微观活”成为房地产政策的关键词。据

中国指数研究院资料显示，2013年全国整体调控基调贯彻始终，不同城市政策导向出现分化。去年下半年以来，新一届政府着力建立健全长效机制、维持宏观政策稳定，不动产登记、保障房建设等长效机制工作继续推进。

房地产市场经历了快速发展的“黄金十年”，时至今日，楼市调控是否将迎来新的转折？业内众多的分析认为，无论是“国八条”还是“国五条”，政策中涉及的限购、限贷等行政化手段终将被市场化手段取代。

为此，中国社科院城市发展研究所原所长牛凤瑞在接受采访时表示，现在的房地产调控已经到了一个新的路口。他说：“房地产以往十年的宏观调控基本不成功，目标以调控房价为主，但是房价照涨不误，而且超出人们的预期，说明政策调控方向不正确。现在新一届政府没有进一步严格调控的動作，而且也没有进一步强调控制房价。”其中，房产税作为一种更加市场化的手段，将逐渐常态化存在。

“在未来一段时间内，抑制投机性需求对市场而言仍有必要，限购、限贷政策仍将持续。”胡景晖说，“时下的博弈各方正处在对新年楼市的观望和预期之中，未来一年市场政策走向猜测，在今年‘两会’召开之后，都将逐步找到更清晰的答案。”