

贺岁经济开战:70 余部电影抢 80 亿票房

编者按

从 11 月 21 日上映的《黄飞鸿之英雄有梦》开始,2014–2015 年贺岁档争夺战正式拉开帷幕。因羊年春节比往年晚,因此今年的贺岁档长达 95 天,超越 2013–2014 年贺岁档,成为史上最强贺岁档。

今年贺岁档有 70 余部电影扎堆上映,其中已经确定档期的就达 50 多部。其中,华谊兄弟(300027.SZ)、光线传媒(300251.SZ)、华策影视(300133.SZ)等上市公司有多部电影上档。相比 2012–2013 年贺岁档,华谊兄弟和光线传媒去年和今年的贺岁电影显得略为疲软。

2013 年中国电影总票房达到 218 亿,其中贺岁档票房 64 亿,今年截止到 11 月 26 日,中国电影票房达 263.67 亿,业内人士预测,今年的总票房将达 300 亿,2014–2015 年电影贺岁档的总票房将达 80 亿。其中,华谊兄弟、华策影视、光线传媒等公司的影片票房将占据整个贺岁档 30%左右的份额。

去年的贺岁档,华谊兄弟的表现并不理想。作为制作方,华谊兄弟把宝都押在了《私人定

制》和《前任攻略》两部贺岁电影上。然而两部电影的表现却都乏善可陈。

今年的贺岁档,在冯小刚缺席的情况下,华谊兄弟投资、发行的影片有五部,目前已经上映的好莱坞大片《狂怒》表现平平。《撒娇女人最好命》公映一周票房过亿。此外,华谊还有《微爱之渐入佳境》以及《天将雄师》两部片子未上。导演吴宇森的《太平轮》在上映前就话题十足,但华谊只是该片的发行方。

华策影视则有两部贺岁电影,不仅在投资方扎堆的《太平轮》中华策影视占得一席,具有强大粉丝号召力的《小时代 4》也由其投资。

前两年贺岁档表现强劲的光线传媒今年却只有一部电影上映,就是张一白导演的《匆匆那年》。不过,该片是光线传媒最拿手的青春影片系列,公司对其票房寄予厚望。

“随着国外电影的引进数量的增多,贺岁档已经成为国内原创电影竞争的主要战场,如此集中的竞争必然会导致优胜劣汰。”一位电影业内人士表示。

华谊兄弟“去电影化”转型:性命攸关的“三驾马车”

■ 汪喆 报道

葛优再次出现了在今天的贺岁档,但这一次,他拍的不是冯小刚的电影,而是出演了姜文的《一步之遥》。

从 1997 年的《甲方乙方》开始,葛优和冯小刚的名字同时出现几乎就代表了华语电影的贺岁档的票房冠军。“葛优+冯小刚”的固定搭档也几乎贯穿了华谊兄弟(300027.SZ)的发展史。

但在今年,一切发生了改变。今年被电影界人士称为电影行业的“大年”,却是华谊兄弟的“小年”。截至目前的 2014–2015 年贺岁档,华谊兄弟仅推出《狂怒》和《撒娇女人最好命》两部影片,其票房走势远达不到往年的成绩。

“华谊如果只拍电影,就可能崩盘。”日前,华谊兄弟董事长王中军在接受媒体采访时如是说。事实上,记者注意到,王中军在今天的华谊兄弟内部讲话中就多次提及了“去电影化”的战略。

而在 11 月 18 日,停牌两个月之久的华谊兄弟发布 36 亿元的定增计划,定增对象包括阿里巴巴、腾讯和平安集团,这意味着,马云、马化腾和马明哲的“三马”将聚首华谊兄弟。

12 月 4 日,华谊兄弟内部人士在接受记者采访时亦表示,行业的“大年”遭遇公司的小年,看似并不理想的成绩单正是公司转型的体现。

与阿里巴巴和腾讯合作似乎也验证了一点,作为曾经的贺岁片之王,华谊兄弟的野心已经绝不仅局限于拍电影和卖电影。

华谊的“小年”

2013 年年底《私人订制》的滑铁卢多少让人有些意外,葛优和冯小刚的老搭档,几乎等同于票房灵药,电影却在公映后一度让华谊的股票跌停。华谊 2014 年的“小年”,似乎就从这部 2013 年末上映的贺岁电影开始了。

2014 年,是华谊成立 20 周年。原本是强势主营业务的电影,对华谊来说似乎更具玩票性质。在年初公布的“H 计划”中,华谊对外称 2014 年计划上映 10 部影片。然而,从 2014 年初出品的小成本贺岁电影《前任攻略》,负责发行的《喜羊羊与灰太狼 6》,已经于 2014–2015 贺岁档上映的反响一般的《狂怒》,票房飘红的《撒娇女人最好命》,以及即将上映的《微爱之渐入佳境》,除此之外,原计划今年上映的《三城记》、《狼旗》、《曼哈顿》都鲜有消息。

艺恩日报票房智库的数据显示,华谊前三季度票房在五大电影公司中仅位列第五,排在光线传媒、乐视影业、博纳影业、万达影视之后。“要承认电影是一个具备风险和业绩不稳定的行业。”王中军在接受媒体采访时表示。

“如果从单个年度来讲,2014 年确实是



华谊电影的“小年”,但华谊电影的一个 H 计划一般跨越 2 年,2014–2015 年度我们有信心继续领跑华语电影。”华谊兄弟集团公关部相关负责人告诉记者,华谊 2015 年预计上映 17 部左右的电影。

事实上,从公司业绩上看,虽然电影业务在今年有所下滑,但华谊总体利润总体却保持增长。据了解,今年前三季度,华谊除游戏业务表现抢眼外,电视剧业务收入同比增 32%,实现销售收入的电视剧共 31 部;影院投资业务收入同比增长 36%,在今年实现盈利。前三季度实现净利润 4.55 亿元,同比增长 10.42%。“游戏的爆发,电视剧、影院等业务的补位发力,证明华谊已经摆脱对单一电影业务的业绩依赖。”前述负责人告诉记者。

虽然在利润上,华谊减少了对电影业务的依赖,但作为以电影起家的传媒企业,电影业务在华谊仍然占据举足轻重的地位。

今年贺岁档,换了东家的葛优转投姜文,借《一步之遥》亮相贺岁档。至于冯小刚,王中军日前向媒体透露,暂时不拍片的冯小刚在导演管虎的新作《老炮儿》中演了一把男主角。为了四季度以及明年一季度有个漂亮的成绩,华谊今年安排在贺岁档的电影数量在文化传媒板块的上市公司中高居榜首。

“电影的上映首先取决于电影本身的制作周期,今年的贺岁电影是参考各档期竞争程度、票房容量等等因素综合作出的科学决策。”华谊公关部相关负责人表示。

去电影化的矛盾转型

“我的电影业务的压力比较大。在几大公司里头,原来我们的电影一直第一名,今年突然被甩到后面……”王中军在公开场合坦言。事实上,王早在华谊上市前的内部会议中提出要去电影化,按照他的说法,“只拍电影是走不远的”。

强调去电影化的转型战略,但却又不得利用原本的电影业务优势,这是外界眼中华谊转型的矛盾之处。但在王中军看来,两

者并不冲突。

以国际娱乐巨头迪士尼为范本,华谊在近两年开始将业务拓展到电影以外的领域。今年前三季度华谊利润的增长,很大程度上得益于公司投资游戏行业的回报。对银汉科技实现并表,以及出售掌趣科技部分股权取得了投资收益,拉动了华谊净利润数据的增长。

实景娱乐也是华谊今后主要发展的业务之一,在华谊的规划中,通过与大型地产商或金融机构的合作,将在中国兴建 20 个左右的主题公园。今年 6 月,位于海口的观澜湖华谊冯小刚公社开街,王中军接受媒体采访时,十一黄金周期间,其单日游客数已超越海南著名景点“天涯海角”。

虽然其他业务起步迅速,但不可忽视的一个事实是,在选择与华谊合作时,大部分合作对象看重的仍然是华谊积累了 20 年的电影优势。

11 月 18 日,停牌两个月之久的华谊兄弟发布公告称,18 日晚公告称,将以 24.83 元/股的价格,非公开发行 A 股 1.45 亿股,募集资金总额不超过 36 亿元,定增对象包括阿里巴巴、腾讯和平安集团,这其中,有 31 亿都将用在华谊影视业务的拓展上。这也意味着,马云、马化腾和马明哲这三马将聚首华谊兄弟。

同时,华谊公开与阿里巴巴、腾讯的战略合作公告。未来华谊与两家巨头合作的范围仍集中在影视领域。

与阿里的合作基于阿里旗下的“娱乐宝”平台,双方在未来三年内共同选择 10 部华谊电影作品进行娱乐宝相关业务的合作。与腾讯的合作则基于腾讯在网络文学和游戏方面的优势,合作期内,双方在享有相关权利的网络游戏、文学作品与影视剧作品的改编中优先与对方合作。

除此之外,在与阿里和腾讯的战略合作中有两个共同项。即未来华谊同意将华谊电影作品项下总投资额 5% 至 10% 释放给阿里和腾讯参与投资,这意味着,未来华谊出品



“粉丝都不喜欢的电影谁还看?”顾建兵对记者说道,但他表示这并不意味着“娱乐宝”将来会把有粉丝效应的电影作为主要的投资项目。

而在清华大学影视传播研究中心主任尹鸿看来,电影产品的网民化、电影生产的网络化、电影营销的社交化、电影文化的部落化以及电影市场的多屏化,都是互联网给电影行业带来的变化。

这种改变,吸引着互联网巨头们进入电影行业。

在今年 8 月,《十万个冷笑话》新公布的出品方里面,不乏互联网公司的身影。除了上海文广旗下的上海炫动传播股份有限公司、万达影视和动画原属的有妖气,新浪娱

乐、小米科技、万达电商、格瓦拉生活网以及蓝港互动都成为《十万个冷笑话》大电影的联合出品方。

娱乐宝的对手也随之而来。在“娱乐宝”推出半年后,百度携手中影股份、中信信托、德恒律师事务所推出众筹项目——“百发有戏”,该项目首期推出的电影是《黄金时代》。跟“娱乐宝”相比,“百发有戏”更倾向于充分利用粉丝拉动票房增长。

“百发有戏”首期项目的收益根据《黄金时代》的票房变化而定,该片票房低于 2 亿元,则以不超过 8% 的年利率进行补偿;若票房为 6 亿及以上,收益率则为 16%。把收益和票房紧紧地绑在一起,充分调动投资人对票房的作用。

互联网金融和电影的结合,让草根电影投资人登上舞台,但也带来了问题。《狼图腾》的前期投资达到 7 亿元,这给电影的票房带来了压力。毕竟,对于投资人来说,收益是最重要的,但对于导演,往往更关注电影本身。

“只顾票房的电影不会长久……我们无法满足所有人。”在今年年中接受中国媒体采访时,阿诺坦言。

性命攸关的“三驾马车”

“如果把华谊兄弟比作一辆火车,以影视娱乐为首的 IP 内容板块就是火车头,以 IP 内容为牵引和驱动,用电影、电视、音乐这些大众化的媒介产品的爆发力来引爆 IP 价值,然后再通过身后的各节车厢承载和挂载更多的价值出口,形成全媒体、宽业务、多出口的超大型娱乐企业。”华谊公关部相关负责人向记者介绍,这也是王中军在两周前的战略沟通会上的发言主题。

对于转型,华谊已经定调,即由过去以电影业务为核心的传媒公司转型为有朝一日能够比肩迪士尼的综合娱乐集团。与阿里、腾讯深入的战略合作只是开端。

华谊上市之初曾凭借电影、电视、艺人经纪所组成的“三驾马车”打开了资本市场的大门。如今,王中军对外提出了未来华谊发展的新的“三驾马车”。

据了解,华谊今年重构了内部业务结构,将旗下划分为三个事业群:涵盖电影、电视剧、艺人经纪、影院、音乐、娱乐营销等业务的影视娱乐事业群,涵盖品牌授权、电影公社、文化城、主题乐园、实景演出等业务为代表的品牌授权与实景娱乐事业群,以及涵盖游戏、新媒体、粉丝经济、在线发行为核心的互联网娱乐事业群,这就是华谊兄弟业务布局的“新三驾马车”。其中,前两个板块的事业群分别由王中军、王中磊两兄弟担任 CEO,互联网娱乐事业群则由华谊副总裁、前任董秘胡明出任 CEO。

“短期内这个布局不会改变。”华谊公关部相关负责人告诉记者,在华谊看来,优质娱乐 IP 会一直是市场的稀缺资源,通过多种娱乐产品形式对同一 IP 进行衍生开发以实现 IP 价值最大化是电影行业未来发展的趋势。

对于华谊的转型,中投证券在研报中指出,未来 5 年将是华谊产业链由全做强的重要阶段。目前公司的战略思路是以 IP 内容生产为核心,运用品牌价值和资本力量打造以影视娱乐、实景娱乐和互联网娱乐构筑的综合传媒集团,其产业链架构已较为完善。

“华谊未来会不会超越迪士尼,在我当总经理和 CEO 的时候肯定没有可能,但下一任有没有可能,我不知道。”王中军说道。

乐、小米科技、万达电商、格瓦拉生活网以及蓝港互动都成为《十万个冷笑话》大电影的联合出品方。

娱乐宝的对手也随之而来。在“娱乐宝”推出半年后,百度携手中影股份、中信信托、德恒律师事务所推出众筹项目——“百发有戏”,该项目首期推出的电影是《黄金时代》。跟“娱乐宝”相比,“百发有戏”更倾向于充分利用粉丝拉动票房增长。

“百发有戏”首期项目的收益根据《黄金时代》的票房变化而定,该片票房低于 2 亿元,则以不超过 8% 的年利率进行补偿;若票房为 6 亿及以上,收益率则为 16%。把收益和票房紧紧地绑在一起,充分调动投资人对票房的作用。

互联网金融和电影的结合,让草根电影投资人登上舞台,但也带来了问题。《狼图腾》的前期投资达到 7 亿元,这给电影的票房带来了压力。毕竟,对于投资人来说,收益是最重要的,但对于导演,往往更关注电影本身。

“只顾票房的电影不会长久……我们无法满足所有人。”在今年年中接受中国媒体采访时,阿诺坦言。

贺岁档票房死水微澜

今年贺岁档,大家期望是这样的:《匆匆那年》,观众上了《太平轮》,下了《威虎山》,遇到《我的早更女友》,只差《一步之遥》就《渐入佳境》……

多么荡气回肠的故事,可惜人算不如天算,12 月 2 日,贺岁档“开路先锋”《太平轮》上集公映。至今,票房并不理想。巨轮刚一启动,眼看就要“沉”了,这可不是一件好事。而如果贺岁档一直这么死水微澜,那可就惨了。但愿后面几部影片能够掀起大风大浪,让贺岁巨轮扬帆起航。

票房不佳《太平轮》快“沉”了

《太平轮》由吴宇森执导,耗资 4 亿元人民币,云集了章子怡、宋慧乔、黄晓明、金城武、佟大为、长泽雅美等 24 位亚洲一线明星,堪称史诗巨制。

当《匆匆那年》、《我的早更女友》、《鸣梁海战》、《微爱之渐入佳境》等其他几部贺岁大片都审时度势、调整具体上映日期的时候,只有《太平轮》、《一步之遥》和《智取威虎山》等三部作品岿然不动,信心之强可见一斑。

12 月 2 日,《太平轮》上集率先与观众见面。作为 2014 年贺岁档的“开路先锋”,本以为它可以在市场上掀起大风大浪,谁知上头一天,在国内只拿到 2500 多万元,第二天和第三天都只有 1000 多万元,简直就是惨不忍睹。

而自从 12 月 5 日《匆匆那年》上映之后,就迅速占据排片头名的位置——约占全国总量的 35%、《太平轮》跌至 25% 左右。

12 月 12 日,《我的早更女友》、《鸣梁海战》其他几部颇具实力的大片又将马不停蹄地赶来,《太平轮》的上映空间将受到进一步压缩,预计最终能超过 3 亿就算幸运,还不敌 6 年前《赤壁》上集卖得好——3.21 亿。可当年中国的银幕总量才 5000 来块,现在已经 20000 多块,早已不可同日而语,这个成绩实在寒碜。

《太平轮》眼看就要“沉”了,可该片的投资是 4 亿元人民币,上下集累计票房要 11 亿元左右才能回本,如果上集超不过 3 亿元,下集将压力山大。当然,好在吴宇森在全球市场都具有一定号召力,《太平轮》在国内造成的亏空,可能得通过海外票房来弥补。

贺岁档死水微澜江湖告急

十二月,是每年贺岁档中最重要的月份,因为它既是一年的末尾,也是承接下一年的开始;如果这个月的市场热不起来,总体市场将大受打击。

今年正值中国电影年票房冲击 300 亿元之年,整个业界对 12 月寄予厚望——如此多的大片云集也证明了这一点。但从最近几天的情况来看,尽管有《太平轮》这样的巨轮起航,但整个市场死水微澜,没有一点生气。后面上映的一系列片子都会在不同程度上受到影响。

也许有人会说,《太平轮》卖得不好,并不一定别的片子也卖得不好啊!但市场是一个整体,它从来都是一荣俱荣、一损俱损。比如今年暑假《变形金刚 4》带动观影热潮,《分手大师》、《小时代 3》、《后会无期》等片也都卖得不低;刚刚过去的这个春节《西游记之大闹天宫》和《爸爸去哪儿》累计超过 17 亿元,《澳门风云》、《北京爱情故事》等片也都受益。

至于今年贺岁档前期死水微澜的原因,有院线人士认为主要还是因为没有上映具有“爆炸力”的大片,观众的热情没有被点燃——去年贺岁档前期《扫毒》、《无人区》和《寒战》等片都曾引起较大关注且票房不低。

另有业内人士认为,今年由于闰九月,导致春节来得比较晚——大年初一是在 2 月 19 日,部分观众的“年终消费”还没开始启动。

后面几部片子成“救命稻草”

在《太平轮》上集没有“爆”起来的情况下,接着上映的《匆匆那年》和即将公映的《我的早更女友》、《一步之遥》和《智取威虎山》等几部片子,将成为今年 12 月市场中的几根“救命稻草”,它们承担着帮助中国电影冲破 300 亿元年票房的重任。

当然,从目前的情况下来,后面这几个“种子选手”还是颇具实力,比如《匆匆那年》此前光点映就拿到了 2000 万元票房,《一步之遥》的微信预售票已经超过今年的国产片冠军《心花路放》。只是,前面的“稻草”已经折了一根,后面实在是再也折不起了。(腾讯)

草根众筹迎来贺岁期考

■ 汪喆 报道

12 月 5 日,法国导演让-雅克·阿诺(Jean-Jacques Annaud)在寒风现身北京向人们介绍他的新片——《狼图腾》,这部电影将在大年初一上映。

这是这位奥斯卡获奖导演第一次和国内电影界合作,阿诺将要面对一个新市场和一种新的电影玩法——在高达 7 亿人民币的电影投资中,有一部分将来自于观众自身。

业内将 2014 年称为中国电影的“众筹元年”。在今年 3 月,阿里巴巴数字娱乐事业群推出理财产品“娱乐宝”。电影投资人的称号变得不再那么神秘,只要花上 100 块,人人都能成为电影投资人,且保证 7% 的收益率。

“娱乐宝不是众筹产品,我们只是希望通过这个产品以互联网的方式增加和粉丝、用户的联系。”12 月 4 日,阿里巴巴公关总监顾建兵一再向记者否认娱乐宝为众筹产品,但在外界看来,“娱乐宝”的众筹内核已然改