

中国电影,与狼共舞拥抱变化

电影

“1997年国内电影年产87部,1998年是82部,1999年是102部。1999年,我国内地全部票房还不到10个亿,全国银幕数量大约只有3000块。可以说,中国电影当时正处于历史上的最低谷。无论从产能、从质量,从观众人次,都完全无法与美国等世界电影强国相抗衡。但‘狼’还是来了。”

中国电影家协会副主席、上海电影家协会主席任仲伦当时还没有正式接手上影集团,但对于中国电影加入WTO前后所面临的巨大压力和挑战,记忆犹新,“‘狼来了’,我们是被动的。但‘与狼共舞’,我们就是主动的。当时中国电影的唯一选择就是,以开放倒逼改革,也以真正的改革来迎接真正的开放。”



任仲伦

中国电影家协会副主席、上海电影家协会主席

压力很大,刺激也大

“加入世界贸易组织,我们从每年进口10部影片一下子提高到每年20部(分账),后来又签订了补充协议,就一直是每年进口34部。《珍珠港》《碟中谍》等等影片就这样进来了。刚开始,进口大片的票房几乎要占到全年票房的一半,也就是说我们几百部国产电影的票房加起来,刚刚跟20部引进大片打个平手。”任仲伦说,压力很大,刺激也很大,“第一个刺激是对观众和市场,很多年不走进电影院的观众慢慢又养成了看电影的习惯,这就刺激了各地电影院的建设。”

今天,我国内地有超过1.2万家电影院,总计7.4万多块银幕,从2018年起就跃居世界首位并一直保持至今。“但当时,我们连一家合资的电影院都没有。”加入WTO,中国答应在三年内逐步放开允许外资建设、更新、拥有及经营电影院的所有权,允许外方拥有不超过49%的控股权。于是,在任仲伦走马上任上影集团总裁的第一年,2003年7月,上影就宣布与美国八大电影公司之一的华纳合作,中国第一家合资电影院上海永华影城在港汇广场开门迎客,“之后连续四年,这里都是全国单店票房最高的影院。”

《英雄》之后,大片崛起

那几年,市场回暖了,政策宽松了。我们打开大门,拥抱世界电影,民营资本也越来越多地参与到中国电影产业中来,逐渐成为制片的生力军以及主力军。

“我个人认为中国电影投资真正的转折点,是张艺谋导演的《英雄》。在此之前,我们还没有一部国产电影投资过亿,甚至我们全国产片的投资,只相当于美国一部超级大片的投资额。”任仲伦说。

2002年12月上映的《英雄》,从前期的策划筹备、类型片明星制,到拍摄制作,最后宣传发行,呈现出的是完全符合商业规律的市场化电影运作范式。《英雄》上映2个月,国内票房就达到2.5亿元人民币,是2002年华语电影票房冠军,最终全球票房共计1.77亿美元(约合14亿元人民币),还获得了奥斯卡金像奖提名和美国电影金球奖最佳外语片提名。

“从某种程度上说,《英雄》是中国电影产业化道路的一块里程碑,为后来中国的商业大片提供了可以复制的模式。”任仲伦说,此后几年,在国产大片的带动下,中国电影产业欣欣向荣。

走向强国,任重道远

20年过去了。我们拥有了世界上最多的银幕数,也已经成为仅次于美国的世界第二大电影市场,我们的国产大片也轻松迈过30亿、40亿、50亿票房门槛。五年来,《战狼2》、《你好,李焕英》、《哪吒之魔童降世》、《流浪地球》等影片,单片观众均超过1亿人次。正在热映中的《长津湖》更是以54.14亿元,成为了今年全球票房第一的影片。

目前中国影史票房排行前十中仅有一部外国大片,但也就是这一部叫任仲伦觉得,要从电影大国走向电影强国“任重道远”。“《复仇者联盟4:终局之战》的背后是迪士尼。这部电影的全球票房是27.98亿美元。2019年迪士尼一家公司就出品了7部电影,全球票房超过110亿美元,这还没算上它在电影衍生环节的丰厚利润。而中国规模名列前茅的电影企业,年营业收入常为百亿元左右,净利润仅为10亿元左右。差距很大,但也给了我们很大的进步空间。”任仲伦说,“我们需要创作一批具有全球影响力的好电影,也要建设一批强大的电影企业,‘建设电影强国的中流砥柱。’”

首席记者 孙佳音

办大赛打开面向世界的窗

赛事

今年是中国加入世界贸易组织20周年。“入世”让中国更好地融入了世界,也让世界更好地了解了中国。而在体育领域,20年来,各类国际顶级赛事纷至沓来,上海成为全球瞩目的国际赛事之都。

体育成为中国眺望世界以及与世界沟通的桥梁,赛事成为展现国家风采的另类窗口——上海久事集团原副总裁、资深体育产业管理者姜澜在采访中,诉说着“入世”20年来,上海体育产业所发生的巨大变化。

打开一个窗口

2004年,姜澜结束了作为新闻人的职场前半生,成为中国第一位真正意义上的体育产业管理者。2007年底,中国第一个体育赛事运营管理机构——“久事赛事”正式成立,姜澜出任党委书记和总经理。

时至今日,姜澜依然记得,还在自己担任新闻人时,上海就已经引入了第一届网球大师杯赛——办顶级国际大赛,上海在全国首开先河。“这是个创新也是个创举,上海找到了独特的推广城市形象的方式。”

那是2002年,恰逢中国加入WTO第二年。成为世界贸易大家庭的一员之后,中外之间寻求合作互通的方式多元起来——举办国际顶级的赛事,成为选项之一。以极具前瞻性的眼光,上海市政府拿下了这个体育大IP,打开了一扇窗,让世界了解了中国,也了解了上海开放的胸怀。

2002年的网球大师杯,如今留存的照片影像中,彼时只是配角,还未大红大紫却拥有着无限可能的费德勒,身穿唐装,在黄浦江畔的微风中捋着缕缕长发。他的身后,是一个崛起的浦东,一处新的城市空间天际线正在形成——入世之后的一个亮相,全世界所有的目光聚焦在上海。

图片、报道迅速在世界媒体刷屏,通过大师杯,中国、上海吸引了世界的目光。“抓住了‘入世’的东风,用全球通用的体育语言、外界感兴趣的方式,展现上海的改革开放,并将之传递给世界。”姜澜感慨,“办赛本身展现了中国与世界沟

通的意愿,这其中,其实也有‘入世’之后带来的启示和创意。国门打开,交流沟通创新,用这样的方式,让世界都知道,上海有这样的能力、有这样的姿态,可以做到世界的顶尖。”

形成一个模式

2004年起,顶级赛车赛事F1落户;2009年网球大师杯升级为ATP1000大师赛永久落户;2014年,顶级马术赛事环球马术冠军赛来到上海……一届届办赛之中,上海体育人摸索着形成了一套“上海模式”。时至今日,这些赛事无一例外都承载着上海“品牌赛事”的美誉——国际评价积极正面;全球球迷、车迷充满挚爱;赞助商多年如一日不离不弃。赛事文化已经融入了这座城市,成为上海人文形象中不可或缺的一部分,成为上海城市品牌的夺目亮点。

2019年上海ATP1000大师赛开赛前,将上海视为“第二故乡”的费德勒在社交媒体上,征求意见“上海去哪儿玩?”短短半小时,收获来自世界的几千条留言,那些上海街头巷尾的好吃好玩的地点,已成为不少外籍人士熟门熟路的推介地,许多外国网友建议的地方甚至连主办方都一时找不到方向。姜澜回忆道,“20年不到的时间,我们对世界的了解大大提升,世界对我们的关注也大大提升。这其实现正是WTO入世打开大门,促进了双方的交流,带来的变化。”赛事的举办效应令全球瞩目,最典型的例子就是跻身世界三大影响力赛事的F1,愿意将其第1000站的重要庆典放在上海,这是对上海信任,更是对中国发展的认可。

赢得国际美誉

多项国际大赛落户,看似与经济毫不相关,但其背后的知识产权确立、人文技术交流,内涵却是非常丰富的。在姜澜记忆中,从大师杯到F1以及后来的环球马术冠军赛,这批赛事当时进来并不是对方主动寻求,更多的是通过引进的方式。“体育赛事是世界共同兴趣,出于对运动明星的喜爱,会消除文化的隔阂。”体育让我们与世界建立更丰富多样的合作。

一系列国际大赛的到来,不仅给中国体育带来迅速燎原、蓬勃发展的新气象,更促进了体育产业的发展、与世界体育的合作,带动了中国人体育能力的提升,并带动了诸如展会、器械、培训、教育、旅游等多个产业发展。多样赛事的落地,对于政府如何开展有序、高效的管理运营,也带来很大的启示和帮助。“如今的上海更加善于按照国际规则,促进更多世界化的发展。”

将体育比作非贸易的一种经济交流手段,在姜澜眼中,“虽然办赛不涉及到经济贸易,看起来是一场比赛,但其中包含了非常多的和世界贸易体系紧密联系在一起的一部分。”

没有“入世”,或许,上海就不会办这样的国际大赛。没有第一次的成功,也不会有源源不断的国际赛事的到来,亦不会成就如今上海的国际体育赛事之都。20年风雨兼程,如今回头望,国际赛事与上海互相成就。

本报记者 厉再苒



姜澜

上海久事集团原副总裁、资深体育产业管理者