

当银幕数超过 44000 张,观影人次超过 13 亿,市场还有多大增量空间? 国产影片的质量又能否支撑?

《战狼2》最大的意义 在于测出中国电影市场的深度和广度

石川

本报 8 月 14 日刊发报道《〈战狼 2〉模式给中国电影产业带来了什么》，对创下多项票房纪录的国产电影《战狼 2》进行深入剖析，引发了业界高度关注，也进一步引发了对于中国电影创作和电影市场的讨论。评论家石川的观点是，《战狼 2》犹如一块探路石，让人看到了中国电影市场某种新的可能性。——编者

2002 年，张艺谋的《英雄》曾扮演了探路石的角色，证明了中国电影市场的消费潜力其实深不可测。当前，中国电影仍然需要这样一块探路石，重新丈量一下市场的深度和广度。《战狼 2》就是这块新的探路石。 下图：《战狼 2》海报。右图：《英雄》剧照。



《西游记》里有个故事：师徒过通天河时，悟空不习水性，让八戒去探水深。八戒搬了块石头往水里一扔，“咚”的一声没影了。八戒得出结论说，水太深，过不去。这块石头就叫探路石，当你不知河水深浅时，就要扔一块进去听响动。听到“咚”，水就浅，听到“咚”，水就深。

《战狼 2》就是这样一块探路石，它能探出今天中国电影市场的水有多深。2002 年张艺谋的《英雄》也起到过同样的作用。那时候，几乎没有人相信中国电影还能赚钱，《英雄》就卖出 2.5 亿元票房来证明给大家看，中国电影市场不是路边小水坑，它的消费潜力，其实深不可测。2.5 亿元，那会儿对于国产片来说，还是个天文数字。一些眼明手快的投资人开始相信了，他们开始投国产大片，投刚刚起步的院线，然后雪球越滚越大，一口气 15 年滚下来，中国电影票房平均每年增长 30%，才有了眼前这个世界第二大电影市场。

当前，中国电影仍然需要这样一块探路石，重新丈量一下市场的深度和广度。比如，2017 年年初，中国银幕数量达到 44000 多张，观影人数超过 13 亿人次。那么，这样规模的一个市场，它投资回报理想化的平衡点应该在哪里？它还存在多大的增量空间？它的天花板是不是就快摸到了？这些问题，大多数人其实心里没底，这个时候，就需要有人往水里再扔一块探路石。

比起票房，单片观影人次更让人感受到电影的力量

前几天，当《战狼 2》票房冲过 45 亿元大关的时候，大家又“嗨”了一下，说这是唯一一部非好莱坞出品的电影跻身全球票房 100 强。我想提醒的是，好莱坞是全球市场，我们是国内市场。《战狼 2》跻身全球 100 强，除了说明国内市场规模足够大、消费能力足够强以外，“两者之间的可比性”是一个值得深入思考的问题。

相比之下，另一个与《战狼 2》有关的数据值得我们特别重视，就是它的观影人数首次超过一亿人次。这意味着，差不多每 13 个中国人中就有一人看过这部电影。2016 年底，全年观众人数突破 13 亿，意味着中国百姓人均一年能看上一次电影。这两个数字，才是真正值得所有中国电影人骄傲的。

中国电影的市场化发展，始于 2002 年的院线制改革。从那时起，中国电影每年以 30% 的速度逐年递增。银幕数、影院数、影片产量一年一个台阶。影院布局从传统的一、二线城市，大幅度向三、四线城市扩张。到 2015 年底，全国 2800 多个县级城市（包括 853 个城市辖区、370 个县级市、1461 个县以及自治县、旗、林区等县级行政区划单位），也是我们平常所说的四线城市，终于实现拥有 17720 块银幕的数字影院全覆盖。这样做的目的不是别的，就是为了让更多百姓，特别是那些生活在边远地区的百姓都能看上电影。而每年 13

亿观众的总量和单片观众过亿，这两个数字正好可以说明，上述目标已经基本达到。所以我们才会说，这两个数字比打破国产片最高票房纪录更能让人感受到电影的力量。

假如《战狼 2》的票房超过 50 亿元，甚至 55 亿元，是不是就摸着中国电影市场的天花板了呢？换句话说，中国电影市场单片票房的极限值究竟应该是多少？坦白讲，我也不知道该怎么来回答这个问题。可是，我们可以参考一下韩国的数据。韩国 2016 年票房冠军是

《釜山行》，曾创下 1156 万的观影人次纪录。2016 年韩国全国总人口数是 5125 万，也就是说，这部影片的观影人数占韩国人口总数的 22.5%。我们把这个数字换算到中国看看。中国人口总数是 13.7 亿，假如某部国产影片也能让全国 22% 的人口都成为它的观众，按 35 元一张的平均票价来算，票房就会超过 100 亿元。

再看中国的银幕数。2017 年 3 月，中国以 44489 块银幕总数超过北美的 43531 张，成为世界上银幕数量最多的

国家。但是，中国到底需要多少块银幕，才能满足市场的需求？这个问题也没有现成答案，不妨拿北美市场来作为参考。笼统一点算，北美市场平均每 8000 人拥有一块银幕。中国按城镇人口算，是每 1.8 万人一块银幕；按全国绝对人口算，则是每 3 万人才有一块银幕。即便我们以北美为基数，也还有至少 2-3 倍的增量空间。显然，对于中国电影而言，这是一个利好信息。这 2-3 倍的增长空间，将在未来数年间成为维系中国电影市场持续发展的基本动力。

市场的持续增长，最终要靠影片内涵来拉动

可是，这么大的市场，国产片的创作团队真的准备好了吗？假如《战狼 2》的票房达到 50 亿元，按照三分之一制片成本的测算方法，国产电影单片投资的极限值将进一步被放大到 15 亿元左右。这么大的投资额度，国产电影的创作、制片、管理、营销等各个环节，不能满足这种投资规模的要求？我想答案几乎是不言而喻的。

艺术评论

什么样的艺术展览，竟让一座城市获得新生

傅军

初夏时节，抱着敬仰之情，我与许许多多不远万里慕名前往的参观者一样，飞赴小城卡塞尔，只为实地感受一个展览——卡塞尔文献展，感受这个展览所带来的冲击与困惑。

卡塞尔文献展与威尼斯双年展、圣保罗双年展并称为世界三大艺术展。然而，相比威尼斯和圣保罗，卡塞尔对于普通人来说，是一个名不见经传的地方。事实上，无论在欧洲还是德国的地理版图上，卡塞尔都只是德国中部的一个小城，一个常年阴冷多雨且只有 25 万人口的小城，经济也不发达。但是，五年一次的文献展，让卡塞尔这个小城曾经在二战战火中被彻底摧毁的小城获得重生，并一跃成为国际公认的艺术圣地，每隔五年，总会吸引全球艺术界人士打着“飞的”前来朝圣。

卡塞尔文献展创立于 1955 年，至今已举办了 14 届。“文献展”（documenta）这个词汇有“记录”“记载”的意思，相关含义还包括“总结”“证明”“展示”“呈现”“展现”“见证”等。这里所谓的“文献展”并不是文献资料的展览，而是以文献的意识去“记录”艺术在社会上如何流变更迭。卡塞尔文献展的最初立意，是对每五到十年的艺术创作进行一次全面分析，从中判断出世界艺术创作潮流的核心，并将这种潮流纳入到世界的文化、经济等领域中。这使得业内人士往往把每届卡塞尔的主题视为大行业的风向标，进而引导着艺术家们的创作。60 多年来，卡塞尔文献展便是以这种卓越而精准的意识稳立于当今艺术世界之巅，成为文化界关注的焦点，以及西方社会的时代镜像，保持着全世界最重要的艺术展览之一的权威地位。

在文献展现场，人们能够感受到其开启的是所有跟人类有关的话题连线，所有正在形成或已经成为既定的艺术观念都在这里得到呈现。它似乎总是提供一个内在无限大的入口给你，而不考虑你是否有能力去消化它。或许正是这种开放性、学术性和包容性，使得每一届文献展都会涌现出大量晦涩难懂的艺术作品，而参观文献展也因此演变为一次特别烧脑而难忘的经历。我的一位朋友曾经对我说，几天的看展经历，他的头脑就像一块存满乱七八糟文件的硬盘，只有记忆，没有逻辑。

要解决这个逻辑问题，我们必须联系相关的艺术史背景知识，尤其是文献展 60 多年的发展历史。早期的文献展以推动战后地区重建为目标，力推现代主义的“经典”。首届文献展主要是对二战前后欧洲艺术各流派作了一个总结性评价，被认为是从传统的沙龙式展览到现代意义上的展览的分界点，这届文献展推出了著名的“百日博物馆”展览模式，后被各大国际

性展览所效仿。第五届和第六届文献展意义也非常非同寻常。第五届哈罗德·泽曼开创了艺术家策展人先河，将策展作为一种艺术创作；而第六届宣告了“前卫的终结”，提出了生活世界的美学化，城市空间开始成为艺术发生的场域，工厂转变成“创意枢纽”。

上世纪八九十年代，后现代叙事登场。这个时期，人们慢慢接受了文献展五花八门的展示方式，在市区的公共空间——商店、停车场、旅馆和各种建筑物的墙体上到处都可以看到或“听到”艺术创作。与此同时，在材料和技术上许多艺术家都采用了全新手段来增强自己作品的表现力，一种技术美学逐渐形成。这个时期最典型的是第九届文献展，既是对装置、光影、声音、形象等艺术形式进行的全面回顾，也是前两届文献展展示方

式的一次汇总，文献展组委会甚至还定出一个开放的原则：每位参展艺术家可以任意在卡塞尔的室外空间寻找安放自己作品的位置。

2000 年后，随着全球化时代的到来，文献展更多强调公众的参与，成为探讨艺术本质的话语空间与前沿论坛。比如第 12 届文献展，强调艺术和生活的互动，主张展馆的空间设计和陈列布置以展品为先，展览中部分展馆大胆运用了彩色墙壁。这届文献展还开始重视对公众的艺术教育，固定开设课堂项目和艺术家讲座，并增设了一个名为“文献展期刊计划”的项目，邀请世界范围内 90 余家艺术文化期刊与网络媒体，搭建了一个全球性的纸上和网上的交流平台，拓展和深化文献展的学术议题。 由此，我们不难发现，卡塞尔文献展的变迁史几乎就是二战后西方现



卡塞尔只是德国中部的一小城，常年阴冷多雨且只有 25 万人口。五年一次的文献展，却让卡塞尔这个曾经在二战战火中被彻底摧毁的小城获得重生，并一跃成为国际公认的艺术圣地，每隔五年，总会吸引全球艺术界人士打着“飞的”前来朝圣。图为卡塞尔的艺术展馆。

域外影讯

斯蒂芬·金作品改编 投资越大票房越差？

《黑暗塔》上映两周未受好评，最终票房估计将在 5500 万到 6000 万美元之间

刚刚过去的一周，北美票房延续着此前低迷的状态，排名前 12 的影片票房合计仅 1.04 亿美元，成为今年北美票房成绩第四低的一周。

由《关灯以后》导演大卫·F·桑德伯格执导的惊悚新作《安娜贝尔 2：诞生》以 3504 万美元登顶，口碑电影《敦刻尔克》再收 1140.5 万美元，全球累计票房则突破 5 亿美元大关，而此前备受关注的斯蒂芬·金同名小说改编电影《黑暗塔》上映两周，口碑、票房均遭遇滑铁卢，两周仅收获 787.5 万美元。

《黑暗塔》由丹麦导演尼古拉·阿塞尔执导，索尼影业发行。该片 8 月 4 日上映后，首周以 1950 万美元获得冠军，但未受观众好评，只得“B”级评分，第二周票房跌幅达 58.9%。据业内人士估计，该片的最终票房将定格在 5500 万美元到 6000 万美元之间。

回顾斯蒂芬·金的作品改编史，可以发现一个有趣的现象：投资越大，票房越差。除了 1999 年汤姆·汉克斯主演的 6000 万美元大制作《绿里奇迹》在美国国内取得了约 1.3 亿美元的票房外，其他高票房作品的投资几乎都在 3000 万美元以下：《1408 幻影凶间》票房 7.2 亿美元；《危情十日》6.1 亿美元；《宠物墓地》5.7 亿美元。而反观那些高成本电影如《劫梦惊魂》《亚特兰蒂斯之心》《秘密窗》等，成绩要么平平无奇要么甚至以亏本收场。

对于个中原因，同样改编自斯蒂芬·金小说的电影《纸月亮》导演米克·加里森认为：“在缺少资金的情况下，电影会将更多注意力用在研究剧本和人物性格上，而不是一味地思考怎么做出大场面。在我看来，要想拍好斯蒂芬·金的作品，就必须最大程度地贴近原著。”

（本报见习记者王筱丽整理）

（作者为上海油画院美术馆副馆长）