

# 西博亮点

邱可平为《中国电影报》特约撰稿 2007年4月

美国，内华达州。拉斯维加斯一年一度的为期四天的 ShoWest 于 3 月 15 日谢幕了。ShoWest 中国曾翻译为：“西部影展”“电影西部博览会”，“西博”，或直译为“西秀”。不像“戛纳”，“奥斯卡”等译名被普遍认同和使用，略懂几个英文字母的人则觉得还是直称 ShoWest 方便。然而，遵循中国人对外来语执着地坚持先消化然后汉字化的优良传统，笔者认为“西博”大概是最佳翻译。

西博，欧博，东博，亚博

西博，简而言之，是电影放映商，即院线和独立影院业主与好莱坞为主的电影发行商，以及与影院放映相关的器材设备和服务公司的聚会。每年三月的西博是尼尔森商务媒体集团(Nielsen Business Media Group, 2007年1月18日前名为 VNU Business Media) 旗下的四大电影博览会中规模最大的一个，其它三个分别是六月于欧洲的阿姆斯特丹的 Cinema Expo, 不妨称它“欧博”；十月佛罗里达州奥兰多的 ShowEast, 可称“东博”；以及十二月亚洲的 CineAisa, 姑且称为“亚博”。与众多的国际电影节不同，世界性的电影博览会除此四家几乎别无分店。而四家中，以美国影院院主协会(National Association of Theater Owners, 简称 NATO) 的西部年会为基础的西博被公认为全世界电影产业最重要的年会暨最大的器材博览会。与电影节不同的地方是，电影节常常是电影寻求买家/发行商的场所，而西博则是持有影片的放行商向影院推销他们新片或即将完成的新片的场所。了解这几个与世界电影产业关系密切的博览会对逐渐与国际接轨的中国电影产业不无益处。

今年，也是第 33 届的西博吸引了来自五十个国家近五千人。从老道的来自加勒比海海岸多米尼加共和国的操着流利英文的法国影院老板，到怯生生的来自前南斯拉夫斯洛文尼亚的 3D 公司的特技工程师。穿梭于巴黎酒店和巴利斯酒店之间，胸前挂着 ShoWest 牌子的代表们似乎对赌桌风云视而不见，对老虎机“咔嚓，咔嚓”的响声充耳不闻，赶集市似地从一个专题讲座赶到另一个展示节目。他们关切的是关系他们的前途和命运的产业最新动向和议题，比如：电影市场，本土的和国际的，的回顾和前瞻；今年夏天好莱坞将给大家带来什么好片子；在 2K, 3D, 4D, 4K, Real-D, IMAX, 的数码高科技的十字路口何去何从；放映“窗户”问题，“盗版”问题，等等。笔者将在下几期内就一些与中国市场有关的方面进行专题报道。

# 第一篇

## 国际电影市场 —— 你中有我，我中有你

### 1. 越来越国际化的电影市场

为期四天的 ShoWest 的第一天总是国际日。新近成立的派拉蒙电影公司国际部总裁 安德鲁·克里普斯 (Andrew Cripps) 为今年的国际日作了题为“2006-07 年的国际市场”的报告。他回顾，与 2005 年相比，2006 年几乎每一个市场都出现了反弹，其驱动国际电影放映市场的原因有二：强劲的好莱坞大片和蓬勃发展的本土影片。他列举了国际市场票房中领先的十一名市场：

- (1) 美国加拿大：上升 5.5 %，由 2005 年的 89 亿美元 上升到 2006 年的 94.9 亿美元。
- (2) 日本：上升 2%，由 2005 年的 16.63 亿美元 上升到 2006 年的 17 亿美元。
- (3) 英国：持平，由 2005 年的 16.4 亿美元到 2006 年的 16.3 亿美元。
- (4) 法国：上升 8%，由 2005 年的 13 亿美元上升到 2006 年的 14 亿美元\*。
- (5) 南韩：上升 15%，由 2005 年的 9.6 亿美元上升到 2006 年的 11 亿美元。
- (6) 德国：上升 8%，由 2005 年的 9.54 亿美元上升到 2006 年的 10.3 亿美元。
- (7) 西班牙：上升 2%，由 2005 年的 8.35 亿美元上升到 2006 年的 8.52 亿美元。
- (8) 意大利：上升 2%，由 2005 年的 6.93 亿美元上升到 2006 年的 7.07 亿美元。
- (9) 澳大利亚：上升 6%，由 2005 年的 6.33 亿美元上升到 2006 年的 6.71 亿美元。
- (10) 俄罗斯：上升 30%，由 2005 年的 3.50 亿美元上升到 2006 年的 4.55 亿美元。
- (11) 巴西：上升 3%，由 2005 年的 3.15 亿美元上升到 2006 年的 3.25 亿美元。

(加入 表格 1：强势市场排行榜 – 2005-06 国际电影市场的票房增长。)

(如不用表格，必须加以下注脚)

\*数据根据入场人次推算。

来源：综艺 (Variety)，银幕国际 (Screen International)，好莱坞导报 (The Hollywood Reporter)

### 2. 中国市场去年的票房升跃了 31%，超过 3 亿美元。

虽然中国在强势市场排行榜上无名，即第十一名之后，然而，安德鲁·克里普斯特别地提到了市场排名榜之外不可忽视的中国市场的迅速成长。他说中国市场去年的票房比 2005 年升跃了 31%，第一次达到了超过 3 亿美元的历史新纪录。

同时，其它西博的来源也预测了中国市场的突飞猛进。“电影国际月刊”（Film Journal International）的 Scott Rosenberg 对“国际银幕文摘（International Screen Digest）的研究和市场部最新的分析报告作了简介。他说该报告推测，到 2010 年中国票房收入将达到 7.2 亿美元。随着票房的增长，2010 年现代化银幕数也几乎会翻一翻，从 2005 年的 2,940 张银幕增长到 5,000 张银幕。但报告认为中国市场的潜力的充分释放还有待于政府政策的彻底宽松。报告也说，在另一方面，限制的放松已经带来了中国电影生产的蓬勃发展，中国现在已经是世界上第三大电影生产国（Producer），仅次于与美国和印度。\*

然而从票房收入而言，到 2010 年中国有希望赶超 2006 澳大利亚和意大利，但仍然落后于 2006 年韩国和远远在日本之后。

### 3. 2006 年的启示\*\*

2006 年世界票房总数为 258 亿美元，比 2005 年增长了 11%。

2006 年好莱坞六大片厂的总票房达到了创纪录的 86 亿美元。

2006 整年不断有大片的发行。

排头的六部电影占了好莱坞片厂国际总票房的 29%。

某些大片的海外票房收入超过了其总票房的 70%。

### 4. 2007 年的展望\*\*

2007 年将超过 2006 年。续集和系列片将占据统治地位，包括“蜘蛛侠 3”，加勒比海的海盗 3，史克莱 3，哈利波特 5，龙胆虎威 4，神奇四侠 2，谍影重重 3，变形金刚，辛普森一家，星尘，小鼠大厨（料理鼠王），蜜蜂总动员，憨豆先生的假日）\*

### 5. 本土电影的崛起

安德鲁·克里普斯在加盟派拉蒙国际部之前，曾任国际电影发行公司 UIP 的总裁兼 COO，(首席营运官)。出生于斯里兰卡，英国公民，曾经在日本住了 17 年，可以流利地写和讲日语，在美国完成了他的高等教育。东西方背景和多年的国际经验，无疑赋予了他国际的视野。他在讲话中特别分析了 2006 年各国本土电影的表现。

-----  
\* “电影国际月刊”（Film Journal International）作者 Scott Rosenberg

\*\* Andrew Cripps 安德鲁·克里普斯演讲。

在本土电影 12 强中，名列榜首的是德国的“香水”（“Perfume - The story of a Murderer”）该片的世界总票房为 1.16 亿美元。这部表现一个谋杀犯的故事片由于文化欣赏习惯问题，在美国表现平平（222 万美元\*）接着是英国的“女王”（The Queen）1.06 亿美元，还有第五名为西班牙的“回归”（Volver）8,200 万美元。这几部片仍然在上映之中，就是说，这些票房数字还在向上翻动。已经下片的韩国的“汉江怪物”（The Host），排名第四，8,400 万美元。

令人瞩目的是在榜上排名第八，中港合拍，环球电影公司旗下的淘气鬼影业（Rogue Pictures）发行的“霍元甲”（Jet Li's Fearless），获得了 6,700 万美元\*的世界票房的优秀成绩。这一部以中国民族武术英雄为原型的影片，并没有满足于以中国武术取悦西方观众的感官刺激，而是通过李连杰炉火纯青的武术，告别银幕的绝唱，以及袁和平的叹为观止的武术编排将观众，东方的和西方的，带到了“武术乃育体修身之法”，崇尚“育体，育智，育德”，鼓励自强不息的非武力反暴力的境界。这一部可谓中国重大历史题材的影片在竞争最激烈的美国市场中，不但获得了美国观众手中的票，而且赢得了每周都有新片，大片，猛片轰炸的美国青年人的口碑。“霍元甲”美国票房为：2,463 万美元\*，大大超过了同期两部耗资空前，期望巨大，表现宫廷权欲争斗的“无极”和“满城尽带黄金甲”美国票房的总和。“无极”的美国票房仅为 66.9 万\*\*\*美元，“满城尽带黄金甲”的美国票房为美国票房为 656.6 万美元\*。

（表格 2: 2006 本土电影排行榜）

“本土电影持续地在票房中占领着举足轻重的百分比”，安德鲁·克里普斯指出，“在这些主要市场里，韩国，日本和法国表现突出。”。它们分别为：韩国本土电影的票房占其票房总收入的 64%，日本 53%，法国 45%。

（表格 3: 本土电影的力量）

图中没有中国本土电影片票房在其市场中票房的比例。根据“中国电影报”提供的资料，这个数字是 55%

各国对电影进口政策不同。韩国的进口限额体现为每一块银幕每年必须至少有 73 天放映韩国片\*\*。中国限制一年 20 部参与票房分账。而日本，法国，德国均无电影进口配额限制。

-----

\*数据来源于综艺（Variety）

\*\* 经李柱成（Jessie Lee, Fox Japan）核实。

\*\*\*数据来源于综艺（Variety），经华纳核实。

## 6. 你中有我，我中有你

这块国际电影市场的蛋糕已经形成了一个你中有我，我中有你的格局。就像每一部好莱坞大片都给本土影院带来了票房收入，每一部本土片如被发行到海外，都可能给他国市场或是双方都带来经济效益。合拍片更是模糊了国界。以“霍元甲”为例，若不是环球旗下的淘气鬼影业作国际发行，世界票房收入就肯定比 6,700 万美元少得多。按以上有关数据的大致推算，如果海外市场对于占世界市场份额 33% 的好莱坞尚且举足轻重，对于在世界市场份额占不到 1% 的中国电影更是生死攸关。

安德鲁·克里普斯也接触了产业面临的未来挑战，包括网上盗版和电影院院偷录的问题，发行和放映的关系，放映“窗口”问题和市场营销问题，以及数码问题。

然而，国际沙场老将克里普斯先生的结论是 -- 在蒸蒸日上的国际市场中盈利的理想时机到了。

(第一篇完)

邱可平

于洛杉矶，4/9/2007

---

附：照片 2 张      表格 4 张。



派拉蒙国际（Paramount Picture International）总裁安德鲁·克里普斯（Andrew Cripps）与邱可平 2006年3月12日摄于西博。

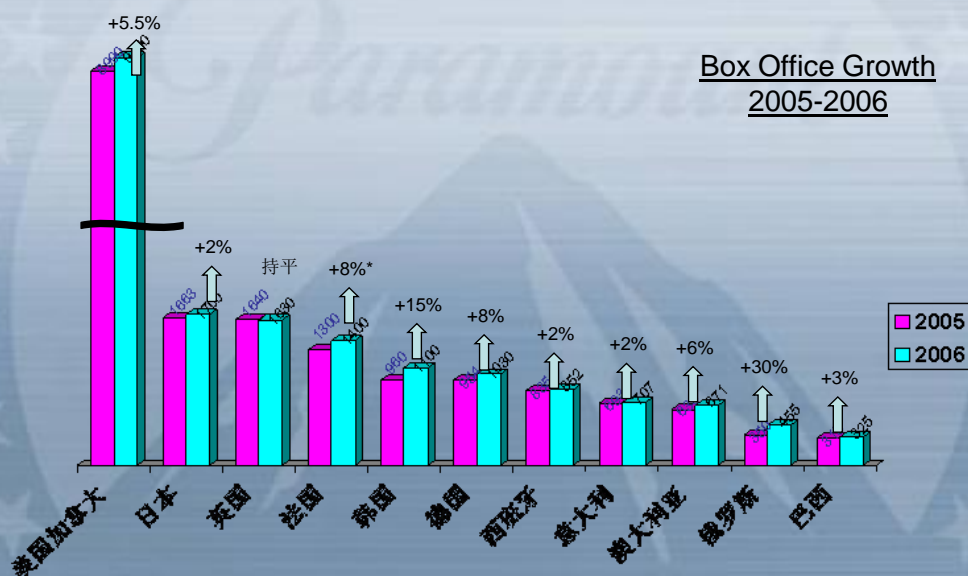
---



派拉蒙国际总裁安德鲁·克里普斯（Andrew Cripps）2006年3月12日摄于西博。

# 强势市场排行榜 - 2005-2006国际电影市场的票房增长

与2005年相比，几乎每一个市场在2006年都出现了反弹。其驱动国际电影放映市场的原因有二：强劲的好莱坞大片和蓬勃发展的本土影片



单位：\$百万美元；根据现时兑换率换算。

\* 数据根据入场资料推算

来源：Variety (综艺) Screen Intl, (银幕国际) The Hollywood Reporter(好莱坞导报)

Presented by Andrew Cripps 安德鲁 克里普斯, President - Paramount Pictures Intl. March 12, 2007 - ShoWest

Translated by Keping Qiu 邱可平译





# 2006 年国际电影排行榜

“海盗”领先, 文学改编的影片, 亲和家庭的动画片, 以及续集片占据了排行榜

片名	国际(海外)票房	世界票房	占世界票房的 %
加勒比海海盗 2	642	1065	60%
达芬奇密码	540	758	71%
冰河世纪 2	452	647	70%
007-皇家赌场*	339	535	63%
<b>谍中谍 3</b>	<b><u>264</u></b>	<b><u>398</u></b>	66%
纳尼亚**	256	745	61%
X-战警 3	225	459	49%
汽车总动员	218	462	47%
穿普拉达的女王	195	320	61%
超人归来	190	390	49%
<b>篱笆墙外</b>	<b><u>180</u></b>	<b><u>334</u></b>	54%
无间道风云*	122	242	50%

单位: \$百万美元 仅指 2006 票房总收入. 来源: Variety (综艺)

\* 仍在上映

\*\*Narnia 所列的国际票房仅限 2006 年。该片全部国际票房收入为\$453M(百万美元)

Presented by Andrew Cripps 安德鲁 克里普斯, President - Paramount Pictures Intl. March 12, 2007 - ShoWest

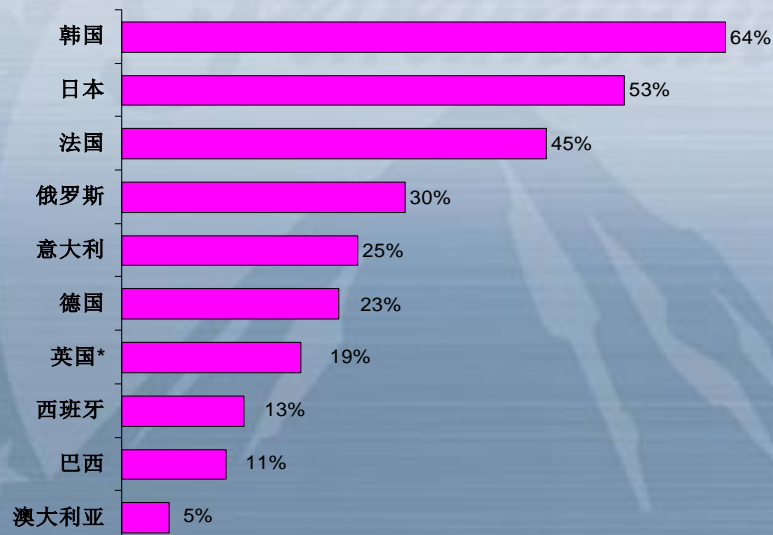
Translated by Keping Qiu 邱可平译



# 本土影片的力量

本土电影持续地在票房中占领着举足轻重的百分比。在这些主要市场里，韩国，日本和法国表现突出。

**2006年本土电影的票房占该市场总票房的 %**  
按区域划分



来源: 多份电影产业报刊。

\*几部有英国演员主演的美国影片(波拉特, 加勒比海海盗3, 和 纳尼亚) 不包含在这19%。

Presented by Andrew Cripps 安德鲁 克里普斯, President – Paramount Pictures Intl. March 12, 2007 – ShoWest  
Translated by Keping Qiu 邱可平译



# 2006本土电影排行榜

德国的“香水”打头，法国，日本和韩国也表现强劲。

片名	国家	世界总票房
香水*	德国	116
女王*	英国	106
汉江怪物	韩国	84
艳阳假期3：永恒的朋友	法国	81
回归*	西班牙	82
王者	韩国	76
地海战记	日本	68
霍元甲	中国/香港	67
海豚2，爱的极限	日本	61
日本沉没	日本	53
有顶天旅馆	日本	51
死亡笔记 2	日本	47

单位：\$百万美元-最近票房. 来源：Variety（综艺）  
\*仍在上映

Presented by Andrew Cripps 安德鲁 克里普斯, President – Paramount Pictures Intl. March 12, 2007 – ShoWest  
Translated by Keping Qiu 邱可平译

