



绝境突围 不止《八佰》



《八佰》，魅力何在

管虎的父亲是一位老八路，这赋予了管虎对战争片的执着和坚持。《八佰》耗资数亿元，实景拍摄，300颗照明弹来重现当年战场上的照明，共烧掉300多公斤烟油和近5吨旧报纸，设置5万个地面子弹点打造出战场上的硝烟弥漫，光是铺设的电缆都能从上海铺到苏州。这些还在其次，这部电影之所以被电影业寄予厚望，在于它突破了华语战争片的各种桎梏：以一个“逃兵班”的命运作为四行仓库守卫战的切口，以一场败仗作为整个故事的收尾。这种突破也让《八佰》遭遇了临时撤档、剪掉18分钟等困境，最终我们看到的，是一部在当下影院环境下最大妥协的作品。《八佰》的魅力在于，它无比清晰地展现了一个戏剧性的画面：一河之隔，河北岸的400多士兵坚守阵地、殒身不恤，为的是给欧洲使团争取时间，获得国际同情；河南岸租界里生活照旧，人们唱戏、赌钱、吵吵闹闹，日军的炮火避开了租界，所以大家站在河岸上看戏般关注战局发展。这不仅是四行仓库之战，在日后太多大抉择面前，这种场景屡屡重现，高度浓缩了中国人面临的选择困境。

《八佰》的魅力在于，它把镜头对准了逃兵，对准了这些没开过枪的学徒、会计和小孩子，展现普通人在一个迫不得已的战场上的转化：大部分人一步步成了勇士、烈士，而会计一直拒绝做英雄，他犹豫、变装、装死，成功逃离了战场，这也是《八佰》独特的地方，它展现了人性里复杂的一面，没有简单的是非判断，让影迷得以更加成熟、全面地看待战争、看待民族性。《八佰》拍摄前，管虎让主创集训7个月，最终的成片将很多演员变成了观众不认识的人，像是一向以喜剧角色示人的郑恺演绎了杀身成仁的勇士，欧豪演绎一位舍命护旗的湖北青年，带出了影片的血性。《八佰》的重点不是突出800勇士击毙了多少日寇，而是凸显河对岸租界里过和平日子里的中国人如何被唤醒。租界里青帮子弟一个个冲上租界与四行仓库之间的破烂桥，用血肉之躯连接战区最后一条电话线，影院里一片拭泪声。片中一匹白马串起了多个重点场景，在这个美丽生物身上，映衬出战争的残忍和荒诞。

《八佰》，革新何在

从8月14日点映到8月21日正式上映，《八佰》的放映策略引发了影院层面的不少争议。这份策略规定，年票房收入200万元以下的影院，需要“按上年实际票房的35%核定保底金”，交纳保底费后才能放映该片；另外，去年因截留票房被处罚过的影院，无论票房高低，都必须预交保底金额。说白了，就是让部分中小影院交纳保证金，这笔钱的数额有5万元、7万元等不同的说法。一位发行行业内部人士透露，电影局列出了去年截留票房的400家影院，“这400家影院名单是保密的，院线自己知道，挨罚影城自己知道，但片方总有渠道能拿到完整的处罚名单”。

对于这一保底金政策，大型影院抱着乐观其成的态度，一方面是大影院在票房问题上比较正规，另一方面也是部分小影院在票房方面确实有劣迹。之前部分不规范的影城会有手写票、不出票、双系统、瞒报漏报等手法，如今各家影城必须采用观影APP订票，大大减少了偷票房的可能性。在接受采访时，华谊山东区域负责人坦言，如何挑选这些交保底金的影城，片方也是经过了全面考虑，经过多个纬度筛选票房数据确有异常的影城。而影院方面也表示，华谊从点映时期就严格把关，每两天更换一次密钥，对于异常数据影院严惩不贷；片方高层也在个人朋友圈里强调：拒绝说情，两次说情就拉黑。

对于《八佰》的发行策略，一位影城经理认为，影院在疫情期间坚持了半年，这种时刻，影院都需要回血，“《八佰》的新发行方式在这种时期出现，影院是被动接受的。制作方和发行方这么做对中小加盟影院不太地道”。而大型影院经理和影评人对这一策略报以理解的态度，“这一变革必定会激起一些小影城反感。对于片方来说，投入巨大，先保证自身的利益也是可以理解的。在以前拷贝发行时代，就已经有了区域发行、轮次发行、效益、服务、体验好的影院先上，其他影院后上，并不是新鲜事，且有成功案例”。在经过了饥饿营销、区别对待之后，院线有望经历一个优胜劣汰的过程。

点映票房破2亿，首周末累计票房破7亿，在疫情防控常态化的当下，华谊重金打造的战争史诗《八佰》为中国电影杀出一条血路。电影内外，《八佰》面临的困境形成奇妙的映衬：电影里，苏州河北岸炮火连天、血战不休，苏州河南岸租界里灯红酒绿、歌舞升平；电影外，院线和影视产业面临艰难局面自顾不暇，而观众和从业者渐渐习惯没有影院的日子，开始在流媒体、视频网站上形成观影习惯。《八佰》的出现，不仅带来了院线的复苏，还让春节档撤档大片和好莱坞电影看到了希望，纷纷定档。同时，《八佰》对年票房200万以下影院的区分对待做法，也让中小影院开始思考：到底是做小而美的影院，还是走个性化生存之路。一部《八佰》，带动了电影产业链各环节的艰难改革。

《八佰》，“后浪”何在

在上座率50%的上限约束下，《八佰》点映单日票房破5000万元，让电影业看到了影迷的热情和市场的复苏。春节档撤档电影《夺冠》《姜子牙》纷纷定档，加上已经定档的新片《我和我的家乡》，让国庆档变得非常热闹。院线经理表示，《八佰》的票房放在疫情前也是一个不错的成绩。目前票房专家已经给出了15亿元的预测，院线普遍认为，如果不是上座率限制，《八佰》还能拿到20亿元左右的票房。发行人员表示，正式上映后的《八佰》会遭遇两个关口，“首先是9月4日诺兰导演的《信条》，这部大片结合了动作、科幻的元素，也是好莱坞顶级制作水准。第二关是国庆档，《我和我的家乡》等大制作也会分流一部分影迷。如果《八佰》能够保持它的好口碑，它会进入长线放映，持续创造票房佳绩”。至于期待值一直保持高位的《唐人街探案3》，业内人士估计，这部片子可能会挪到明年春节档，毕竟该片投资太大，其他档期无法产生足够的票房回报。

对于中小影院来说，在上座率受限的情况下如何发展影院特色也成为一大课题。感受到可能出现的轮次放映、分区放映、保底放映的改革压力，部分以社区为观影人群来源的中小影院正在着力打造小而美的影城。业内人士表示，《八佰》破亿元，重映的《哈利·波特与魔法石》也破亿元了，包括即将上映的《盗墓空间》，都有不错的票房预期和较高的影迷期待。大影城把大部分影院投入到热卖新片的放映，而“小而美”的影城可以选择有固定影迷群体的电影放映，在岛城寻找新的生存空间。艺术电影放映也是影院的个性化生存之道，《春江水暖》等艺术电影凭借在青年影展上的获奖经历得到了专业影迷的青睐，“大象放映”等艺术放映品牌也在全国推广他们的放映理念。在日本、法国，长线放映的艺术电影已经是成熟的院线放映门类，“个性化生存”对于中小影院来说也是一大生存法宝。 据新华网

