



《泰囧》的成功偶然背后有必然

2012年的尾巴,原本寄望于《一九四二》带动的贺岁观影热潮,意外地由一部小投资的喜剧片《人再囧途之泰囧》(以下简称《泰囧》)引爆。这部投资3000万的喜剧片为何制造出了2012年中国影市神话?这一切,看似偶然,实则必然。
至昨日《一代宗师》上映,《泰囧》的排片首度下降至2成,预计收官12亿,我们解读《泰囧》,就从数字开始。 本报记者 杨欣薇

12亿 得益于银幕数的剧增

自昨日《一代宗师》上映起,市场终于终结了《泰囧》与《十二生肖》对峙之局,虽然还有部分拷贝尚未到达,但毫不影响其在一线重镇以近4成的排映拿下新科冠军。《泰囧》和《十二生肖》的排片则都下降至2成,进入收官阶段。

上映至今,《泰囧》一路创下国产片单日排片纪录、单日票房纪录、单日观影人数纪录;首周票房破3亿,第二周票房3.7亿,第三周票房2.68亿,连续刷新国产片首周、次周、第三周票房纪录;截至2013年1月7日,《泰囧》上映27天,累计票房

破11.6亿,打破《泰坦尼克号3D》9.39亿票房的纪录,摘得2012年度票房桂冠。

据不完全统计,截止2013年1月7日,《泰囧》票房共收11.62亿,过12亿虽非难题,要超越《阿凡达》的13.9亿中国影史最高票房纪录,已不可能,不过《阿凡达》创下的2700万观影人次,已被《泰囧》的3500万所破。

不过,记者查询当年数字发现,在《阿凡达》拿下13.9亿票房的2010年初,全国银幕数量还未超过5000块,2009年度中国电影总票房仅

57亿。而在《泰囧》上映的2012年末,全国银幕数量已突破13000块,年度总票房超过168亿。

说到底,《泰囧》的12亿,《十二生肖》的7.32亿,《画皮2》的7.02亿,都是中国电影市场飞速发展的产物,有专家预测,2015年度票房将超350亿,以这个速度,不久以后,今天所有的数字神话都会成为历史。



数字解读《泰囧》成功的原因

100位 发行人员

与华谊、博纳、小马奔腾、星美等其他影视公司,有片发片,无片回总部的“收放式”传统发行模式不同的是,光线采用每个城市都有驻地发行人员的发行模式,其分散在全国各地的发行人员超过100人。

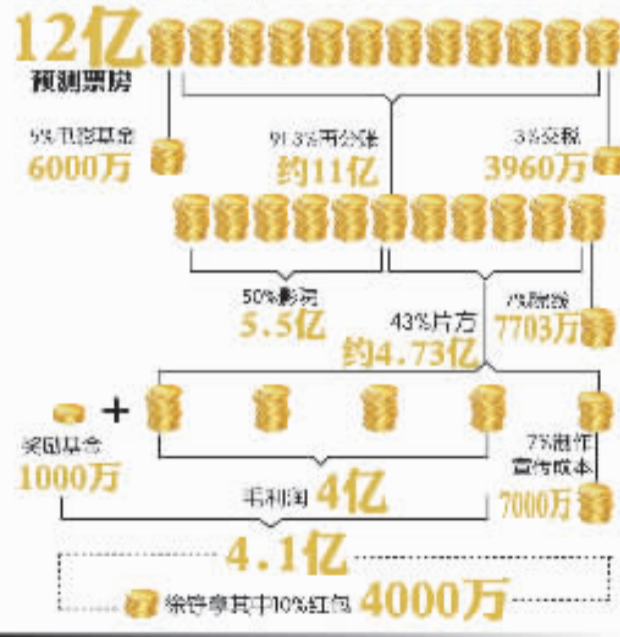
43% 分账

为《泰囧》在院线和影院经理面前赢得加分。

“3” 俗

《泰囧》只是一部正常的喜剧,故事脉络清晰,契合类型片规律,丢弃恶搞的伎俩,告别虚无的癫狂,使喜剧回归“说人话、办人事儿”的老路上来,就是成功。

12亿(预测票房)怎么分?



俞霞 制图

3500万人次 非传统观影人群走进影院

超过3500万人次给《泰囧》投下11亿“票”,观众的口碑相传成为影片票房长红的力量。在发自内心的推崇《泰囧》的观众中,有很大一部分,平日并非影院常客。有观众告诉记者,无论是洗车还是理发,自己都遇到热心推荐《泰囧》的观众,“有洗头小弟,也有洗车工。他们的热情推荐发自内心的,还会向你复述搞笑桥段。”

《泰囧》究竟有何神奇的力量?记者随即采访发现,《泰囧》吸引这部分观众的最大理由还是简单粗暴、搞笑易懂。他们普遍表示:“现在生活压力很大,急需减压,看喜剧便是减压的一种重要方式。”还有观众表示:“《泰囧》的火爆是‘以己之囧博众之乐’,没有说教,没有心计,没有争斗,没有王权,没有尔虞我诈。人人皆可在其中找到平实的快

乐。”
《泰囧》得到观众如此追捧,也凸显出来市场变迁和观众口味的变化。如果说,前些年的中国电影观众在骨子里还有种难以自察地对“深度”的执迷的话,那么,随着二三十岁的观众渐趋成为主流,中国观众的这种文化心理似乎逐渐模糊,全球新一代观众观影趣味的趋同化越来越明显。

100位发行人员 对接影院终端放映

与华谊、博纳、小马奔腾、星美等其他影视公司,有片发片,无片回总部的“收放式”传统发行模式不同的是,光线采用每个城市都有驻地发行人员的发行模式,其分散在全国各地的发行人员超过100人。

业内人士分析,这种模式的突出特点是:铺得开、人员多、深入每个城市。“能够深入每个城市的每家影院,人脉的广度和深度相对其他发行

公司更具优势,且能够实时向总部汇报上座率、人数、票房各项数据。”

不过,这种模式的存在很大程度上建立在公司规模和实力的基础上,光线整个发行部100多人,每年的人工工资加起来也不是一般的发行公司所能承受的,这就需要保证每年的发片量和票房成功率。目前只有从光线出走的副总张昭领衔的乐视影业抄袭了这种模式,

其实除了今年的《匹夫》,虽然光线出品的作品口碑一直不佳,但票房难得失手《画壁》、《四大名捕》、《大海啸鲨口逃生》等,都有稳定盈利。这和光线创新的发行模式不无关系,这次《泰囧》的大爆发,也有一部分发行的功劳。

可以想见,在电影行业竞争日趋激烈残酷的大环境下,日后的“光线模式”将会逐步展现出其优势。

43% 分账 保障影院放映热情

在《泰囧》一路狂奔过12亿大关的时刻,不少观众可能已淡忘五大发行公司组成的“复仇者联盟”和全国三十多个院线组成的“守护者联盟”之间,围绕分账比例展开的大战。

一个不得不提的事实是,在《一九四二》和《王的盛宴》在分账比例

上做出了一定策略调整后,曾参与试图以通知形式提高分账比例至45%的《泰囧》最终默默按照43%的比例与院线签订了合同,这从某种程度上,也为《泰囧》在院线和影院经理面前赢得加分。

当然,《泰囧》除了在分账一争中要感谢“出头鸟”《一九四二》外,

冯小刚拱手让出贺岁档喜剧市场,也是《泰囧》成功的关键。曾经担任《人在囧途》监制的文隽表示:“这个档期先被《少年派》炒热,大家进入贺岁档状态。但《一九四二》的题材太过厚重。对于观众来说,他们不会管你这部片子拍了多少钱,有多少沉淀,他们的要求就是看得爽。”

“3” 俗 这是一部正常的喜剧

《泰囧》上映首日斩获3650万票房时,没有被炮轰;砍下一个亿票房时,也没有被炮轰;票房超过10亿后,有专家跳了出来,批评《泰囧》三俗。某教授、作家称《泰囧》是当下文化产业的不良示范。

的确,评价一部电影的雅俗,不仅仅取决于票房的高低。然而,硬将一部各方面反响都不错的电影斥责为“三俗”,实在有些鸡蛋里面挑骨头。对此,徐峥的态度倒也淡定,他

表示,尊重电影说故事的规律,是《泰囧》成功的主要原因,观众用票房做出选择,不能等同于“三俗的胜利”。

光线影业老总王长田则表示:“我们的电影是一个商业类型片,尤其是一个喜剧类型片,你不能把它看得太高,它只是一部正常的电影,之所以现在显得有点不正常,是因为国产片整体水准相对有些偏低,对观众的心理把握有些偏差,反衬出

来的,并不代表我们真的有多么多么强。不同影片承担不同的功能,你不能要求这样一部商业喜剧片有什么深刻的内涵。”

从这个意义上说,《泰囧》只是一部正常的喜剧,不负担家国情怀的重荷,更不具备开宗立派的野心。故事脉络清晰,契合类型片规律,丢弃恶搞的伎俩,告别虚无的癫狂,使喜剧回归“说人话、办人事儿”的老路上来,已是《泰囧》的成功。

》12亿怎么分 徐峥将得4000万的大红包

截至1月7日,《泰囧》的总票房已高达11.62亿,若以其最终拿下12亿计算,这么大一张饼,怎么分?首先,这笔钱要分给电影基金5%,也就是6000万要交给国家电影事业发展专项资金管理委员会办公室。此外,这笔钱还需缴纳3.3%的税费是3960万,这笔费用应该交给影院所属各地税务局。交了基金费,交了税,剩下的钱才轮到片方、院线、影院一起分。

按照此前定下的43%与57%分配比例,影院分50%,也就是说12亿剩下的91.7%中的近5.5亿为影院的收入,院线拿7%,院线不等于于电影

院,类似出品方和电影院的“中间人”,且必不可少(来)为7703万,片方能拿到43%约4.73亿。

根据光线老总王长田的说法,《泰囧》由光线全额投资,制片加宣发成本以7000万,如此一来,光线从《泰囧》身上获得的毛利润将是4亿。

此外,根据最新的电影产业政策补贴,票房过5亿的电影将会拿到1000万的奖励基金。值得一提的是,导演兼主演徐峥的虽是固定片酬,但王长田决定给予他10%的利润分成。那么,徐峥将得到一个4000万左右的大红包。