

# 大導紛紛拍美劇

## 全世界年輕人都拋棄電影了？

你有多久沒去過影院了？與五年前相比，去影院還是假期的必選項嗎？

今年，國內電影市場接連遭遇多年來的「最冷五一檔」「最冷暑期檔」和「最冷國慶檔」，而放眼全球，電影市場的衰退並非個別現象，在全球很多重要電影市場，影院都在承壓。國外諮詢公司預測，今年全球電影市場將遭遇疫情後經濟復甦以來首次整體下挫。

在一個屏幕無處不在、影視資源唾手可得的年代，看電影早就有了替代場景。人們窩在沙發裡、被窩裡，就能打開電視和平板看電影，或者在外出的間隙，隨時端著手機看上一段。專門留出時間去影院，越來越需要更多的理由。

挺過了大蕭條，挺過了世界大戰，挺過了全球疫情，當下這個沉默卻凜冽的寒冬，對影院同樣是一場深遠而嚴峻的考驗。這是全球時代的症候之一。問題是，會持續多久？這是一個短暫的低谷，還是一個時代轉變的前奏？

### 2024年，全球影院過冬

每年年初，歐美第一波票房高潮都來自聖誕檔的餘波。過去幾年，《蜘蛛俠：英雄無歸》和《阿凡達：水之道》等大片從聖誕火到新年，而2023年聖誕檔只有一部《海王2：失落的王國》有賣相，最終僅獲得4.39億美元票房。與《蜘蛛俠：英雄無歸》的19.21億美元和《阿凡達：水之道》的23.2億美元相比，不在同一個量級。

2024年的全球電影市場，就這樣，從一個令人沮喪的頹勢起步了。

到2月份情人節檔期，超級英雄電影《蜘蛛夫人：超感覺覺》在北美上映，半個月後登陸中國影院，一上映就立刻被鑒定為爛片。該片在海外影評網站「爛番茄」上僅收穫11%的新鮮度，豆瓣評分也僅為4.5，最終全球票房僅突破1億美元，成為近幾年超英電影「撲街榜」上的新成員。

年初，就有行業觀察者預測，今年電影市場將不敵去年。受好萊塢罷工影響，幾部原定今年上映的大片推遲，包括《阿凡達3》、真人版《白雪公主》、《碟中諜：致命清算（下）》、皮克斯的《地球特派員》，以及漫威宇宙的《刀鋒戰士》《美國隊長4》《神奇四俠》和《雷靈特工隊》，這導致全年都沒有幾部有賣相的爆款大片。

回顧2023年，電影市場卻給了人們不少驚喜。

上半年的《超級馬力歐兄弟大電影》掀起了全球觀影狂潮，暑期《芭比》和《奧本海默》被捆綁為「芭比海獸」，節節攀升的票房和話題熱度，讓電影重新成為夏天的關鍵詞。由此，票房榜格局也發生了一個不容忽視的變化：全年票房前三的電影，都不是超級英雄電影或系列續集，而是原創電影。這是2001年以來的首次，預示著觀眾對電影的新訴求。

「如果說2023年證明了什麼的話，那就是觀眾渴望新電影和新創意——無論目前的票房收入如何，這都是該行業的一個健康的起點。」海外媒體評論稱。

2023年落下帷幕時，美國全年電影總票房回升至89億美元，同比大漲21%，穩坐全球最大電影市場寶座。但仍未回到疫情前的水平，比2017年到2019年平均水平低21%。但今年不容樂觀，截至10月下旬，美國今年總票房約為65億美元，全年達到去年數據稍顯吃力。

全球影業逐步復甦中，一個亞洲國家強

勢崛起，2023年便恢復到比疫情前還高的水平。去年，該國本土電影還頻頻出現爆款，有4部衝進本土影史票房榜前七名。

這個國家是印度。印度是全球電影年產量最高的國家，佔全球年產量的四分之一，比第二名的美國高出一倍。

以國別來看，全球票房最高的電影市場為美國、中國、日本、印度、英國、法國、韓國等。現在，印度電影界有多興奮，韓國電影界就有多苦命。

韓國市場正在經歷一場歷史性塌陷。2023年，100多部本土製作的電影在韓國上映，僅有6部沒賠錢。這一年的韓影市場，比疫情初期的2020年還要冰冷，僅恢復到2019年的六成，影院觀影人次則比2019年大幅縮減45%。

原因來自多方面，最直接的原因是票價急劇上漲，傷害了觀眾走進影院的熱情。雖然多部韓國電影在全球獲得聲譽，但韓國觀眾對韓影整體製作水平失望，認為大量本土電影過時、重複、空洞，質量下降。最近一年，僅有《首爾之春》和《犯罪都市4》令觀眾感到振奮。

同時，流媒體平台網飛（Netflix）在韓國的高投入也取得了成效，電影公司正在縮短影片從影院到流媒體的窗口期，使得韓國觀眾對流媒體的滿意度越來越高。流媒體對影院的替代效應，在韓國率先顯現出來。而這將導致更長遠的不利後果：電影行業萎縮，中小成本電影幾乎不可能開拍，2023年下半年沒有新片獲得投資。

2023年是疫情中積壓的電影集中釋放的年份，2024年則是因罷工而片源收縮的年份，在2023年高速回升的對比之下，2024年就顯得格外打不起精神。但這會是未來的常態嗎？

或許也不必悲觀。根據當前發佈的製作計劃，數據諮詢公司Omdia預測，2025年至2026年，全球幾乎所有電影市場都將迎來復甦，有望成為21世紀20年代後5年積極趨勢的開始。

### 觀眾不愛看電影了？

但觀眾確實不太愛去影院了。一方面，人們的注意力被短視頻、劇集、遊戲等更多視聽產品掌控；而另一邊，電影票價卻在不斷上漲。在很多國家，電影票與網飛的包月費用近乎持平，省下一張電影票，就可以在網飛看一個月的電影和劇集。2017年，就有媒體統計稱，影院觀影人群比十年前減少很多，票房的持續增長，實際上受益於票價上漲和通貨膨脹。

2023年，原創性電影出了幾個爆款，一些評論就此認為，觀眾並未拋棄影院，只是口味在轉變。所以影院蕭條，也有可能是因為電影沒那麼好看了。

一個佐證是，超英電影正在被冷落。去年一年，《閃電俠》《蟻人和黃蜂女：量子狂潮》和《驚奇隊長2》等超英片都在低谷徘徊，《驚奇隊長2》甚至擊穿漫威宇宙票房歷史最低紀錄。擁有漫威的迪士尼首席執行官鮑勃·艾格承認，他們錯誤地只重數量忽略質量，致使損失慘重。

而在最近十餘年中，以漫威宇宙為代表的超級英雄電影，是全球最吸金、最具話題性的電影。超過200億美元的總票房，使其成為影史最具商業價值的電影系列。但這個時代正在翻頁。

漫威宇宙的式微，本身與其面臨階段轉換和角色迭代有關，當前可謂是青黃不接的尷尬期。2019年《復仇者聯盟4：終局之戰》上映之後，最具有明星魅力和粉絲基礎的初代「復聯」核心幾乎全數退役。「舊王」已去，「新王」未立，新一代「復聯」尚未成形，目前出現的角色，其魅力也遠遜上一代。

北京大學藝術學院教授、影視戲劇研究中心主任陳旭光對說，漫威宇宙是一個大雜燴，融合了西式神話、美式愛國主義以及科技崇拜等元素，並以大片級視聽效果包裝，因而成為全球爆款，但並非美國電影中最好的部分。從IP運營來看，漫威其實是一個跨媒體的宇宙，包含漫畫、電影、劇集等形式，互相支撐，當一種媒介不賺錢，另一種媒介或許會彌補回來。

看了十幾年打來打去的漫威英雄，現在，人們似乎更期待一些有新意的原創故事。

上海師範大學影視傳媒學院副教授鄭煬對說，其實並沒有多大變化，去年最火的幾個所謂原創性故事，本身也是基於IP，甚至是超級IP。《超級馬力歐兄弟大電影》是全球頂級遊戲的IP，《芭比》是全球頂級玩具的IP，《奧本海默》則是全球頂級導演諾蘭自己這個IP，觀眾對於諾蘭作品已有一定的瞭解和預期。

今年到目前為止，全球票房前三的影片《頭腦特工隊2》《死侍與金剛狼》《神偷奶爸4》，依然是傳統票房大片類型，兩部為動畫續集電影，另一部是漫威宇宙新作。觀眾的喜好並沒有劇烈轉變。

《頭腦特工隊2》海報。《死侍與金剛狼》海報。《神偷奶爸4》海報。

「所謂IP，翻譯一下，其實就是群眾基

礎。」鄭煬說，「一點也不用不好意思，不論是給遊戲做註腳，還是給玩具做註腳，電影本來就是娛樂工業或者說『主題公園』的一環。」

今年上半年，最具全球話題性的電影，無疑是《沙丘2》。丹尼斯·維倫紐瓦這位頗有藝術風格的導演，為科幻電影注入了新的視聽氣質，令人耳目一新。《沙丘2》獲得了7.14億美元全球總票房，目前位列年度第四。在《沙丘1》4億美元票房的基礎上，第二部票房大漲，為低迷的影院注入了一針強心劑。

《沙丘》系列電影正顯示了未來能夠將人們拉進電影院的理由：足夠新奇、震撼的視聽體驗。陳旭光說，《沙丘》通過宏大的視聽奇觀想像，營造了一種必須融入、忘我乃至沉浸的體驗效果，再加上磅礴的配樂，使得沉浸式效果更加無與倫比。在影片內涵方面，陳旭光認為：「比之於當下美國許多熱鬧而簡單甚至『低智』的『爆米花化』『主題公園化』『漫威宇宙』式超級英雄傳記的主流科幻大片，《沙丘》的獨特意義和貢獻愈顯可貴。某種程度上，《沙丘》可謂美式科幻商業大片中的『作者電影』。」

電影上映時，便有評論稱，《沙丘》是後疫情時代傳統院線電影與流媒體平台分庭抗禮的典範，撼人心魄的鏡頭與光聲色對觀眾的吸引力，很難被流媒體取代。

然而，現實頗耐人尋味。《沙丘1》的製片方華納影業決定，電影上映前一天，便在流媒體平台HBO Max提前上線了《沙丘1》。在影院流失的觀眾，他們希望從流媒體上奪回來。導演維倫紐瓦公開反對這種發行模式，他認為影片是為大銀幕而拍的，應該鼓勵更多觀眾走進影院。但他的反對絲毫不起作用。

不知不覺中，流媒體已經如此強勢了？

### 流媒體和劇集，衝擊了誰？

曾以《地心引力》和《羅馬》兩次奪得奧斯卡最佳導演獎的阿方索·卡隆，今年有一部新作問世：《負責聲明》。這是一部7集的劇集，在流媒體Apple TV+播出。雖然該劇在威尼斯國際電影節的大銀幕上全球首映，但顯然，它不會為影院帶來任何收入。

轉戰小屏幕的阿方索·卡隆，也不算第一個吃螃蟹的電影人了。電影導演們正在一個個扎進小螢幕，大衛·芬奇的《紙牌屋》已經是一個經典跨界案例，雷德利·斯科特參與執導了《異星災變》。今年，韓國導演樸贊郁執導的美劇《同情者》在網飛上線。

演員們也不再拒絕劇集。奧斯卡影后妮可·基德曼參與製片和主演的《大小謊言》，已經火了好幾年，獲獎無數。影后凱特·溫斯萊特也憑借劇集《東城夢魘》，加冕了多個最佳女主角桂冠。

越來越多的大牌導演和演員正在投身劇集。這是一個資源流動的信號，也是影視行業格局調整的信號。

在好萊塢，沒有哪家電影製片公司可以無視劇集這片越來越龐大的市場。最積極的當數迪士尼，在很短時間內將自建的流媒體平台「迪士尼+」推上頭部位置。借助漫威的粉絲基礎，開發大量漫威劇集，是最重要的策略之一。

當網飛在劇集領域躋身頭部之後，便開始擴展電影版圖。網飛不滿足於作為電影在影院上映後的二次發行平台，也嘗試成為首發乃至獨家發行平台，甚至進入上游，出品和製作電影。

網飛標誌性的作品是《羅馬》。2018年斬獲威尼斯國際電影節金獅獎的《羅馬》，已是由網飛出品的藝術電影。這是首部獲得國際電影節大獎的網飛電影。次年，《羅馬》又摘得三座奧斯卡小金人，卻錯失最重要的最佳影片獎。這被一些評論者解讀為，保守的美國電影學院對流媒體依然持觀望態度。

那幾年，網飛以藝術電影「救世主」的姿態躋身電影界，為大量陷入資金困境的電影慷慨解囊，並給予充分的創作自由。最著名的案例是大導演馬丁·斯科塞斯的《愛爾蘭人》，在這部投資巨大的黑幫史詩電影資金緊缺時，網飛豪擲上億美元，從派拉蒙手中接盤，又追加超過1.5億美元製作費，助馬丁·斯科塞斯圓了夢。

當時，幾大製片公司將資源集中在高成本的商業電影，或是獨立小成本影片，中等成本影片最不受待見，其中就有不少名導的作品。網飛借此策略籠絡了大量電影人和項目。但網飛的慷慨也暗中標注了「價格」：它希望這些影片盡快上線流媒體平台，以服務好自己的用戶，並獲得更多的流媒體收入和新用戶。

最終，《愛爾蘭人》僅在部分影院上映不到一個月，就匆匆上線網飛。此舉引發影院強烈不滿，由於留出的放映「窗口期」太短，很多影院直接拒絕放映這部電影，包括全球第二大電影院線運營商Cineworld。Cineworld首席執行官公開指責，網飛阻礙了這部影片取得更高的影院票房。

另外一些網飛發行的影片，在影院上映的「窗口期」更短，甚至零時差在流媒體上線。而美國傳統連鎖院線規定，在院線上映

的影片，需要保證90天的放映「窗口期」。

流媒體改變了遊戲規則。如今電影上映檔期的選擇，甚至需要顧及流媒體上的動態。一位韓國電影投資發行人士表示，以前是參考其他發行公司的上映計劃來調整新片上映檔期，現在還必須盯住流媒體上大片和熱劇的上線檔期。如果流媒體上有大片和熱劇上架，往往也會搶走影院的觀眾。

對於製片公司來說，盡快上線流媒體倒是一個不壞的選擇。

2021年，漫威電影《黑寡婦》在影院和「迪士尼+」同日上映，首週末，北美市場收入8040萬美元，國際市場收入7880萬美元，而「迪士尼+」平台收入為6000萬美元。對出品方迪士尼來說，院線票房還要減去一大筆影院分成和稅費，流媒體收入就更顯得可觀。一位院線負責人稱，迪士尼已經和院線撕破臉了。更早之前，環球影業讓《魔發精靈2》直接在網飛上線，標價19.99美元，三周入賬1億美元，震驚業界。

受衝擊的似乎只是影院端，流媒體的入局，反而讓電影製作端有了更多選擇。然而，流媒體的衝擊，真的不會對電影業本身帶來改變嗎？

並非如此。影院的蕭條最終會影響到電影製作和電影產業。一個正在發生的變化是，劇集正在佔據人們更多的時間，攫取更多的注意力，甚至正在變得比電影更具吸引力。在越發豐富的投資、越發豪華的班底、越發精良的製作加持下，劇集不斷突破著藝術高度和廣度。一百多年來，電影始終是視聽娛樂的天花板，現在劇集正迎頭趕上。電影擁有影院級視聽體驗的優勢，而劇集擁有更加自由靈活的觀影條件，對於當代人來說，這已經是一種「蘿蔔白菜，各有所愛」的平等選擇。

今年前三個月，美國8家優質SVOD（訂閱視頻點播）服務商中，有6家的劇集所佔份額大於電影。這意味著，劇集比電影在吸引新用戶和留住老客戶方面發揮了更大作用。因此，劇集或許已經成為比電影更有效的投資。網飛今年有望實現100億美元的利潤，但正在收縮原創電影板塊，其每年原創英語電影數量將從80多部減少到二三十部。

「電影永遠比電視更重要、更負盛名，但如今，它不被視為必要的。」美國娛樂產業分析師布蘭登·卡茨說，「我熱愛電影，並且認為大型院線電影比電視劇更能引領流行文化，但如果從流媒體商業模式角度來看，劇集的性價比更高。」

稍微拉長眼光來看，這不一定意味著電影正在衰落，或許只是電影史中的另一個轉彎。

上海師範大學影視傳媒學院副教授鄭煬說，大片級視聽效果並非電影與生俱來的特質，而是歐美電影業在20世紀50年代面臨電視業衝擊時為自己找到的出路，必須以這種電視沒有的震撼效果，才能吸引大家走進影院。「電影不一定是大片，電視劇也不一定就是小製作，很多觀念需要破除。」鄭煬說。

如果流媒體將成為與影院同等重要的電影發行渠道，很多不以視聽效果見長的中小成本電影，也許將更容易觸達觀眾。這或許會激發更多人投入電影創作，並降低電影製作門檻。而電影院，則成為一種更為小眾的選擇。

布蘭登·卡茨認為，今天的銀幕數量已經夠多了，美國有約4萬塊銀幕，但沒有足夠且穩定的產品來吸引人們填滿座位。AMC是世界上最大的院線集團，股價一蹶不振，全球第二大院線Cineworld正在從破產中恢復。「關門和縮減規模似乎是不可以避免的。」布蘭登·卡茨說。

網飛首席內容執行官泰德·薩蘭多斯預言，未來，電影院會以一種電影節展映模式存在，只專注於放映精品原創電影，以及重映經典電影。

## 錢昆歐遊打油詩

### 哈斯塔特4

輕雲薄霧罩湖上，  
朦朧畫捲到遠方。  
好山好水好湖景，  
初來乍見神飛揚。



行善積德

蔡富華書

以字會友