



韩庚改变戏路，扮演疼爱女儿的拳击硬汉



《囧妈》



《肥龙过江》



《大赢家》

又一部院线电影改在网络首映 付费上网看新片 渐成日常

“头条系”平台播映。但《大赢家》并非国内第二部线上公映的院线电影，因为王晶监制的《肥龙过江》早在2月1日便放弃原情人节线下档期，改为线上播映，而其平台则是影视播出经验更为丰富的爱奇艺和腾讯视频。

《肥龙过江》的上映与《囧妈》相隔不到一周，被视为两大老牌影视播出平台对企图在这片领域分一杯羹的“头条系”平台的回击。但从另一个角度来看，《囧妈》的率先上映却也解了这些“老平台”的道义之困。过去，腾讯视频和爱奇艺均需谨遵院线电影在影院全部下线后方能在线上播映的“窗口期”规则，加上这个“零票房春节档”影院损失惨重，线上平台更不好在其“伤口上撒盐”。但如今，急着在短视频领域外开拓出一条新路的“头条系”先行动了，“老平台”再跟上，便可以理解为保护自家市场的正当之举。

事实也是如此，《囧妈》的上映激起了全国院线的集体反对，但《肥龙过江》上映时类似的声音便几乎听不到了。到4月20日爱奇艺首页推荐又一部新片《我们永不言弃》，普通观众已经感觉不到这部从未上过院线的新片，跟以往平台上推出的那些已在线下收官、但自己并没看过甚至没听说过的电影有任何区别。

新片跟“旧片”当然还是有区别的。跟“头条系”为开拓长视频市场而大手笔“请全国观众看电影”的做法不同，《肥龙过江》和《我们永不言弃》这样的新片在爱奇艺等“老平台”都是收费点播的——如果已经是平台VIP用户，只需再花6元钱就能观看。而对这样的做法，观众既不会觉得新鲜，亦不会反感，这是因为过去不少重量级的“旧片”在线下收官后转线上放映时，同样也是如此收费。毕竟在影院看一部电影要花30元左右，如今只需6元，观众对于两者之间明显的“优惠差”还是有感受的。

从喜剧到动作的风格试探 男性更愿付费

选择什么新片让观众付费？个中自然有讲究。“头条系”选择的《囧妈》和《大赢家》都是喜剧片，都是免费播出，平台看重的不是“票房”而是影响力和流量。而论创造话题和对春节期间家庭观众的吸引力，没什么比喜剧片更合适。

“老平台”的选择则有所不同，《肥龙过江》仍是喜剧片，但同时也是一部动作片，卖点是功夫巨星甄子丹扮演一个200斤的胖子，其海报等物料显示甄子丹就算“胖”了也还在打。这种从喜剧到动作的路线试探，至前日拳击题材电影《我们永不言弃》上线便更明显了。

在《我们永不言弃》中，韩庚扮演因意外入狱6年的前“拳王”，在发现年幼的女儿患上白血病后，以36岁高龄重返拳坛以激励女儿与病魔斗争……该片由香港金像奖导演周显扬监制执导，剧组专门邀请了三位专业拳击教练对主演韩庚进行了半年的“地狱式”训练。

这部夹杂着亲情的动作片显然并不适合大多数爱在线上煲剧的女性观众，但若考虑到愿意为线上电影点播付费的观众以男性为主，平台的选择便不显得奇怪了。事实上，早在2014年平台培养受众的付费习惯后不久，爱奇艺便有高层在公开场合透露过这一现象，并表示自己很“诧异”。

这一点显然至今都没有改变——相比女性，男性更倾向选择总体时长较短的电影而不是电视剧，并且他们愿意为自己的口味偏好毫不犹豫地扫码付费。

截至4月21日16时，《我们永不言弃》已经播出一天多，在爱奇艺共有1.3万人打分，评分为8.4分，在同期热播影片中评价属中上。值得一提的是，主演韩庚有不少女性粉丝，因此这一打分是否真实反映普通观众观感尚不得而知。而在平台未公布真正的付费点播数的前提下，要算出这部影片的“票房”同样是不现实的。

而《肥龙过江》在“甄子丹带货”的情况下，于两大视频平台首日拿下票房不足5000万元。业内分析，照此估算，在平台拿走分成后，该片或许并不能收回高达2亿元的投资。

放眼全球 “平台期”规则 正在逐渐瓦解

新片因影院关停而转至线上找出路的现象，在全球范围内均有发生。除了不少影片缩短“窗口期”提前上线之外，也有少数影片直接以新片形式登陆流媒体平台。

即使没有这次疫情的影响，在中国内地，电影在线下公映和平台上线之间的“平台期”也正随着市场需求而逐渐缩短——从早年的相隔起码20天左右，到后来的作品线下上映6天后就上线。

但在欧美地区，线下到线上的“窗口期”规定却要严格得多，时间通常在90天左右，作品在正式上线前甚至还要让DVD再赚一波。

2015年，奈飞(Netflix)曾试图让《无境之兽》进行院线和网络的同步上映，结果遭到北美四大院线的联合抵制。而戛纳电影节甚至直接宣布，奈飞的影片必须先法国的电影院公映才能入围主竞赛单元，以此控制流媒体对电影行业的冲击。

毫无疑问，“窗口期”的存在是为了保护电影下游产业的利益，而其时间长短则显示出片方、线下影院方和网络平台方的博弈结果。但碰上特殊情况，当其中一方处于绝对弱势时，个中平衡便被打破了。

近日来在北美，《刺猬索尼克》《1/2的魔法》《冰雪奇缘2》《星球大战：天行者崛起》《猛禽小队：小丑女大解放》《正义的慈悲》等影片均打破了90天“窗口期”提前上线，原本正在院线上映的《隐形人》《狩猎》《艾玛》也提前上线点播。《魔发精灵2：世界之旅》4月10日在影院和网络同时上映，考虑到当地的线下影院已纷纷关停甚至倒闭，所谓“同时上映”基本上就是往线上“一边倒”——影片创造了环球影业史上最高首周末数字下载纪录，是第二名的10倍。派拉蒙新片《爱情鸟》则更破天荒地传出要直接在网上首播的消息。

但目前，尚没有一部真正的大片敢用下影院直接投奔线上，因此业内都盯准了暂定8月14日上映的DC新片《神奇女侠2》——若超级英雄大片也放弃线下去线上，那影院才是真的没希望了。

令从业者感到欣慰的是，片方华纳否认了这个传言，并表示这部场景宏大的作品还是应该在电影院观看。但在影院面临形势无好转的情况下，三方博弈能在这个节点停留多久？垄断了50年的传统分发模式会不会被进一步打破？还是个未知数。

羊城晚报

4月20日，韩庚主演的励志动作电影《我们永不言弃》在爱奇艺独播。这是内地第四部“线下转线上”的院线新片，也是第二部在线上平台播映时收费的院线新片。时下，大电影直接上线已不再是“吃螃蟹”行为，而是国人正在逐渐熟悉的娱乐日常。

甚至，这一变化也正在海外悄然发生。尤其在多年来受90天“窗口期”严格限制的北美，片方、影院和网络平台的三方平衡正在被打破。

从免费到付费的路线之争 新老平台暗战

目前，国内院线电影转战网络平台，主要有两条路可选。一是走“头条系”(字节跳动旗下平台)路线，带头的便是1月25日上线的原春节档院线片《囧妈》。作为“线下转线上”的“吃螃蟹者”，这部徐峥电影在全国影院关闭的第一时间就迅速与字节跳动旗下平台谈妥条件，在春节第一天便于后者旗下的西瓜视频、今日头条、抖音火山版及鲜时光TV四大平台上线。

两个月后，大鹏主演的院线新片《大赢家》同样选择了“弃影院，走线上”之路，于3月20日在