

稳步复苏 迎接挑战

——2021 中国电影回顾

□主讲人：侯光明



▲侯光明

主讲人简介：

侯光明，全国政协委员，北京电影学院教授，中国电影家协会电影教育和产业发展委员会主任，北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员。长期从事系统科学、组织科学、创新理论与方法、决策理论与方法研究，在组织系统科学、创新方法、电影产业等学科领域有较多创新成果和贡献。2005年获国务院政府特殊津贴。主持国家科研项目40余项，发表学术论文200余篇。

2021年中国电影的成就

2020年，新冠肺炎疫情暴发，我国电影产业面临严峻挑战。伴随着抗疫形势逐渐常态化，包括电影产业在内的各行各业逐渐走向复苏。目前，我国正处在由电影大国向电影强国迈进、由数量增长向质量提升转变的关键时期，一场新冠肺炎疫情并未打断电影事业的前进步伐，反而使我国电影事业的发展更加坚韧。我们有理由相信，随着“十四五”规划的逐渐展开，一项项计划陆续落实，我国电影产业将会迎来新的突破。

2021年，我国电影产业逐步开始复苏，取得了不凡的成就，主要包括如下几个方面：

第一，“十四五”中国电影发展规划发布。

2021年11月9日发布的《“十四五”中国电影发展规划》(下文简称《规划》)是我国电影事业发展的任务表和计划书，对“十四五”时期的重点影片创作、建设高水平市场体系、发展各类市场主体、加快科技创新、升级公共服务、提升国际影响力、加强人才培养等方面做出明确规划，指明后期的发展方向。

《规划》还展望2035年远景目标，提出我国将建成电影强国的发展目标。同时，《规划》也提出了各项具体要求，在电影产量保持稳定的基础上，实现质量显著提升；重点影片创作任务如期完成，多类型多题材多样化创作格局不断完善，每年重点推出10部左右叫好又叫座的电影精品力作，每年票房过亿元国产影片达到50部左右，

广大观众对国产电影的满意度持续保持高位。市场和产业体系更加健全，电影发行放映机制改革持续深化，市场规模稳居世界前列、国产影片年度票房占比保持在55%以上。到2025年银幕总数超过10万块，结构分布更加合理。

第二，我国电影市场规模排名全球第一。

随着我国疫情进入常态化管控，我国电影票房继续保持全球第一，成功卫冕全球最大电影市场的殊荣。

2020年，我国电影市场遭遇疫情，持续增长势头被打断。全国电影总票房204.17亿元，回到了2013年的同期水平，但在全球范围内首次成为票房最高的电影市场。2021年，中国电影总票房达到472.58亿，恢复至2019年疫情前总票房的74%，体现了我国电影事业正在稳步复苏之中。作为对比，北美电影市场曾经长期位居全球票房榜首，但因为新冠肺炎疫情仍然肆虐，今年票房仅恢复至疫情前的40%左右。

疫情发生以来，全国上下防控坚决有力。我国电影放映市场经过短暂的封闭，在2020年中重新开放。2021年，我国电影行业依然面临疫情持续反复的不利条件，在上级部门的要求下落实影院上座率不超过75%、中高风险地区影院暂不开放等防控要求，积极寻求产业复兴，取得了可贵的阶段性胜利。从影片内容供给来看，我国共生产电影故事片565部，上映影片共697部，创历史新高。

疫情期间，我国人民的工作和生活都遭到了严峻的挑战，而电影给人们带来了难得的快乐和共情，缓解了人民焦虑紧张的情绪，把整个社会拧成了一股绳。

第三，国产电影继续占据优势。

2021年，新冠肺炎疫情持续在全球肆虐，我国成为少数恢复正常电影生产和放映的国家。

2020年，国产电影票房占83.72%；2021年，国产电影票房为399.27亿元，占总票房比重为84.49%，好莱坞大片国内上映数量和票房继续降低。2021年内上映数量和票房继续降低。2021年内上映数量和票房继续降低。



▲电影《中国医生》海报

街探案3》三部电影总票房突破150亿，全部跻身中国电影票房总榜前10名，其中《长津湖》摘得中国影史票房冠军，《你好，李焕英》位列第三。

从我国电影市场格局来看，讲好中国故事的国产电影突飞猛进地占据市场主流，赢得观众的厚爱。外语片只能凭借大IP、高投资、强类型吸引中国观众，但已经失去了之前几年的强大票房号召力。随着世界各国电影产业逐步复苏，外国电影必将在未来几年重新恢复生产，我们可以相信，届时我国电影必将创作出更加优秀的影片，迎接外片新的挑战。

第四，新主流大片迈入新阶段。

近年来，新主流大片数量、票房、口碑都呈现快速增长趋势，成为了我国电影市场的主力。2021年，恰逢中国共产党成立100周年，有关建党题材的献礼影片取得了全面突破，精品力作接连不断，为这一重要而特殊的年份留下浓墨重彩的篇章。

这些影片中，既有以青春视角重现中国共产党第一次代表大会召开前后历史故事的《1921》《红船》，也有聚焦中国共产党早期革命领袖李大钊的《革命者》，还有讲述中国共产党建设新型人民军队重要开端事件的《三湾改编》，亦有以优秀共产党员为主角的英模传记片《守岛人》《我的父亲焦裕禄》。这些影片以当代视角，用电影讲述了我国不同时期共产党人的英勇事迹，取得了良好的宣传作用，也在市场上赢得了票房和口碑的肯定。

另外，随着新冠肺炎疫情常态化，以我国抗击疫情为题材的电影也陆续上

映。《武汉日夜》《中国医生》《穿过寒冬拥抱你》等影片真实地反映了新冠肺炎疫情防控斗争中的感人故事。

当然还有，影片《长津湖》《我和我的父辈》《守岛人》《峰爆》等主旋律影片，也都继承并开拓了我国传统主旋律电影的固有类型，在军事战争片、短片集类型电影、文艺故事片、灾难片等领域取得了新的进展。

第五，电影高新技术进一步得到应用。

中国电影工业化一直是近年来的热词，随着中国制造业的进一步发展，电影业的科技应用得到进一步的发展。《规划》也提出要求，积极把握新技术发展趋势，建立完善电影科技自主创新体系，在关键技术与装备研发等方面实现重点突破，进一步提升电影摄制水平和特效质量，推动影院视听效果、观影体验、运营监管与服务保障能力达到国际领先水平。

2021年上映的影片《长津湖》是我国电影史上投资最高的影片之一，对战争的壮观场面进行了全方位呈现，在电影科技与电影工业水平取得了新的突破。据有关报道称，影片从前期拍摄到后期制作，工作人员总数高达1.2万人，充分展现了当前我国电影工业的雄厚实力。

近年来，我国电影科技能力显著增强，电影数字预演、虚拟制作、云计算、电影宣发、放映技术等处于领先地位。国家电影高新技术研究实验室快速发展，拥有自主知识产权的关键性电影科研成果更加丰富，电影工业化基础更加牢固，特效制作水平进一步提高，电影标准化体系进一步健全。

2021年中国电影的机遇与挑战

过去的2021年，我国电影产业虽然面临严峻挑战，但中国电影人团结奋进，迎难而上，在全球范围内率先实现了产业复苏，创造了一个又一个令人振奋的成就。

我国电影票房总量虽然继续保持全球第一的态势，但行业面临着一定的风险和机遇。挑战即机遇。席卷全球的疫情暴露了我国电影产业长远发展之中的短板，如果我们能在“十四五”期间着手解决相关问题，必将为2035年电影强国的建设起到积极作用。

第一，电影创作质量整体有待提高。

虽然近年来出现了不少好的影片，但总体上看，有数量缺质量、有高原缺高峰的问题还没有得到解决。作品质量问题是电影产业面临的核心问题，也是我国建设电影强国需要解决的重点问题。

我国电影创作能力仍显薄弱，编剧、导演等创作人才和制片人等产业人才的职业素养和专业能力有待提高。从剧本创作上看，深入生活、触及灵魂、打动人心的作品不多，故事缺少创意，剧本质量不高。在制作环节，粗制滥造、盲目跟风、迎合市场的现象不同程度存在。一些影片艺术品质欠缺，格调不高，资本力量影响艺术创作的问题比较突出。

第二，观众观影人次复苏缓慢。

从观影人次角度来看，由于疫情影响，我国电影产业复苏情况不容乐观。2021年，我国电影观影人次为11.7亿，相比疫情前2019年的17.3亿下降了5.63亿，下降幅度接近1/3，观众观影习惯尚未恢复。2021年影院平均上座率仅为7.6%。大部分基层影院的日常上座率较低，亏损情况普遍。

2021年我国境内疫情次数反复发生，部分高风险地区一度关闭影院，其他低风险地区也都对影院进行了严格的限流管理。这些现象都在客观上减少了观影人次，但我们也应注意到，随着疫情常态化的持续影响，潜在电影观众的观影需求和线下娱乐需求，已经开始分散至其他领域，如线上影视网站、短视频平台，线下桌游与剧本杀等等。

第三，观众日常影院观影习惯逐渐减弱。

2021年我国档期和非档期票房产出差距进一步拉大，假日档期票房占比大幅攀升至36%。全年电影票房前4名全部来自春节档或国庆档，而这4部影片占据了全年票房的36.4%。

去年春节档共产生78.22亿元票房，在全年电影票房比2019年减少了26%的情况下，春节档反而增长

32.5%，不仅刷新了档期电影票房纪录，还创造了全球单一市场单日票房、全球单一市场周末票房等多项世界纪录。

春节档、国庆档的火爆，反映了我国电影观众的观影习惯，已经逐渐从日常化观影转变为节日性观影。这虽然能够在强势档期内催生电影票房增长，但对于时间占比更长的非档期来说并非利好消息。全年营业的影院院，以及难以挤进强势档期的中小成本电影，处境更为艰难。

第四，电影产业遭遇线下娱乐严峻挑战。

持续两年的新冠肺炎疫情，对我国文化娱乐产业已经产生了较大影响。在2020年将近半年的影院空窗期，我国主流电影观众已经被逐渐分化，很大一部分观众找到了院线观影之外的其他娱乐方式，包括在线视频网站、短视频平台、线下桌游密室与剧本杀等新兴娱乐产业获得了突破性的增长。

较为典型的新兴娱乐产业是剧本杀，作为线下互动社交效果更强的娱乐方式，剧本杀与电影形成了同一生态位的竞争。近两年获得爆发性增长的剧本杀产业，对电影行业的复苏产生了较大的挤占效果。统计显示，2021年国内剧本杀市场规模已经超过150亿元，相当于全年电影票房的

31.8%，而这仅仅是剧本杀行业走向大众的第二年。

除了疫情影响之外，电影票价的持续增长也影响着电影业的竞争力。2021年一线城市平均票价达到了48.9元，四线城市的平均票价也达到了38.3元。电影作为曾经的“廉价娱乐消费”，与其他高价线下娱乐消费差距逐渐缩小。

再有，电影单片时长持续增加，对观众的时间精力提出了更高的要求。2021年票房前10名中，片长最短的是《哥斯拉大战金刚》，时间为113分钟。而这10部电影中有8部片长超过了125分钟，而电影《长津湖》的时长，甚至长达176分钟。

第五，线上视频网站发展进入拐点。

我国在线视频网站经过了10年突飞猛进的增长后进入拐点。2021年末，包括爱奇艺、优酷、腾讯视频在内的三家头部线上视频网站，纷纷传出裁员和涨价的消息。

开源节流的举措源自三家网站共同的大规模亏损。数据显示，三家视频网站在十年间已经用完1000多亿元人民币的投资，但目前为止依然看不到盈利预期。

与电影行业类似，长视频平台也遭遇了包括短视频在内的新兴娱乐产业的挤压。中国网络视听节目服务协会发布的《2021年中国网络视听发展研究报告》显示，短视频人均单日使用时长逐年

递增，2021年达到125分钟。而长视频的人均单日使用时长呈下滑趋势，最新数据是98分钟。中国互联网络信息中心发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年6月，在9.44亿网络视频用户中，8.88亿是短视频用户，占网民整体的87.8%。与之相比，长视频平台的用户活跃度却出现了下滑之势。

第六，我国电影产业的国际影响力有待加强。

我国电影市场规模成为全球第一，但国产影片票房几乎全部来自国内，电影业国际影响力依然较弱。

从商业票房角度来看，国产电影的海外发行之路仍未走通。我国电影业面向海外讲好中国故事的能力依然不足，一些国内有着良好票房的影片在国外基本只能在华人院线放映，影片国际认可度不高。2021年全球电影票房冠军的桂冠，在年末被《蜘蛛侠：英雄无归》夺走。值得关注的是，《长津湖》的票房几乎全部来源于中国大陆，而《蜘蛛侠：英雄无归》的海外票房占比则高达56.5%。(2022年1月11日数据)。

总的来说，我国电影产业在世界范围内的影响力有待加强。我国电影出海之路依然任重道远，距离电影强国的目标，国产影片的国际影响力还有很长一段路要走。



扫码读讲坛

编者的话：

“我们把该打的仗都打完了，我们的后辈就不用打了”“打从我有记忆起，妈妈就是个中年妇女的样子，所以我总忘记，妈妈曾经也是一个花样少女”“你们都想活，我们都想救”……《长津湖》《你好，李焕英》《中国医生》等影片中的经典台词，感动了无数人。回顾2021年中国电影，从春节档《你好，李焕英》到暑期档《1921》《革命者》《中国医生》，再到国庆档《长津湖》《我和我的父辈》等，精品迭出，精彩纷呈，创造了中国电影事业的新辉煌。回望过去、面向未来，相信在新的一年里中国电影事业将不断迎来新发展，不断实现新目标。本期讲坛侯光明教授回顾了2021年中国电影的辉煌成就，并从实现中国电影高质量发展的角度提出了思考，具有一定的实践意义和学术价值。本刊整理发表，以飨读者。

未来电影产业高质量发展的思考

第一，扎根中华优秀思想文化，提升电影质量。

《规划》提出了银幕数量、国产电影票房占比、票房过亿影片等具体指标，为建立完整的电影发展评价体系提供了思路、指明了方向。电影产业进一步地发展，应该建立一系列具体的评价体系，例如以中华优秀思想文化的电影表达与传播为核心的电影质量评价体系。

习近平总书记指出，文明特别是思想文化是一个国家、一个民族的灵魂。无论哪一个国家、哪一个民族，如果不珍惜自己的思想文化，丢掉了思想文化这个灵魂，这个国家、这个民族是立不起来的。

中华优秀传统文化是中华文明的内核与支柱，对包括电影在内的文化产业具有内在支撑与引领作用。电影作为影响最为广泛的大众传播媒介之一，传承弘扬与转化发展中华优秀传统文化，是我国电影产业提升作品质量的必由之路。

另外，电影这一文化艺术形式具有深入时代、反映现实的特性。新时代中国电影必须结合中国共产党带领人民创造美好生活的伟大历程，加强现实题材创作，鼓励创新创造，提倡更多拍摄“小人物、正能量、大情怀”电影。

中国电影想要反映时代特征，就要传承弘扬当代中华优秀思想文化，体现当代中国人民精神风貌。

随着我国电影产业逐步复苏，中国电影强国建设征程的历史征程已经开启。处于文化建设和文化传播龙头地位的电影行业，必须充分发挥中华优秀思想文化的支撑与引领作用，并通过传承弘扬、传播发展中华优秀思想文化，推进中国电影的国际传播，提升中华文化的影响力。

第二，增加国产影片国际影响，推动中国电影走出去。

习近平总书记在文艺工作座谈会上指出：“古往今来，中华民族之所以在世界有地位、有影响，不是靠穷兵黩武，不是靠对外扩张，而是靠中华文化的强大感召力和吸引力。”随着中华民族的伟大复兴，国产影片必然继承中华文化千百年来强大的影响力，成为中华文明的新名片。

我们必须承认，近两年国内电影市场票房虽然保持全球第一，但这主要是因为我国庞大的市场规模。从对外传播角度来看，国产电影的海外票房和文化影响力依然处在弱势地位。我国电影中中华优秀思想文化的民族独特性挖掘依然不足，电影化表达的跨文化转化尚显薄弱，无法有效地

跨越文化壁垒，取得国外主流观众的认可。

另外，我国电影总体可以分为主旋律电影、商业电影、艺术电影和纪录片四大类型。近两年的国内电影市场中，主旋律电影突飞猛进。但其他种类的电影发展缓慢，甚至出现了一定程度的退步，而这些影片在国际传播领域

更具优势。因此，在主旋律电影已经成为市场主流时，应总体设计对四类电影的调控与支持政策，适当向其他种类的电影提供政策扶持，推动各种类型的中国电影均衡发展，利用各自的优势逐步提高海外影响。

总之，电影作为多门综合艺术与最新科技发展的结合体，是全球观众

最乐于接受的方式、最易于理解的语言，可以搭建起中华文明同各国各民族文明有效互动的桥梁。伴随着新一轮科技革命和产业变革的深入发展，中国电影具有提升中国电影国际传播效力的必要性与可行性，为实现中华民族伟大复兴，为人类文明作出更大贡献。



▲电影《长津湖》海报