



# 製作發行皆停頓 戲院關閉零票房 電影界盼援助加碼 合拍片成出路

一場世紀疫症，令全球電影業垂死掙扎，由前期電影製作，到後期銷售、發行、戲院上映，已出現骨牌效應的停頓。香港電影業難逃一劫，即使苟延殘喘，整個行業仍需時復原，何況現時形勢水深火熱。業界形容「死梗」，由於未有如內地盛行的網絡電影「補貼」，香港電影業只能靠合拍片進軍內地市場。

## 影業停擺

大公報記者 李潔儀

香港電影業在上世紀八、九十年代曾經風光一時，如今卻成為了夕陽工業。「已經再無本事每年有200、300部港產片，拍到50部已算好光輝，而且當中70%賺不到錢！」香港電影業協會理事長、香港電影製片家協會主席洪祖星表示，電影和戲院業已難捱，更復遭疫情衝擊，影響是史無前例般嚴重。

香港影業協會及戲院商會屬下機構香港票房的資料顯示，2019年下半年在修例風波影響下，電影總收入下跌10.1%至8.77億元，今年受疫情及戲院停業拖累，上半年整體票房進一步跌至只有2.93億元，按年急挫72%（見圖）。

### 傳統暑假旺季泡湯

上半年首輪上映的電影整體數量為125部，當中香港電影減至只有18部（見圖），收入最高的港產片是《乜代宗師》，但累積票房仍不足3000萬元。

「無拍片、無發行便無收入，想自救都難！」洪祖星批評，政府一直透過「電影發展基金」扶助電影業界，包括培育電影人才、資助劇本孵化等，惟今次疫情似乎未支援電影製作及發行商。他解釋說：「好似一間酒樓，沒有生意，培育幾多好廚師，也沒有平台發揮。」當局只着重培育人才，卻未有考慮當務之急，最終電影業會出現倒閉潮。他續說，最近疫情惡化令戲院業再次停業，電影公司的自家製作或購入電影，在傳統暑假旺季放映的機會泡湯。

### 拍攝受阻 疫後3個月才可回復

電影製作及發行商美亞娛樂（00391）在內地



▲美亞娛樂行政總裁李燈旭



▲香港影業協會理事長、香港電影製片家協會主席洪祖星

亦有經營影城，在今次疫情下可謂遭受雙重打擊。行政總裁李燈旭表示，原本有4至5部電影安排上映，但現在可以做的，只有透過宣傳維持曝光率。

「要電影上映才能有cash flow（資金流），現在開機拍攝也難。」李燈旭指出，唯有進行前期工作，如劇本創作等，一般商業片種的劇本創作需時3至6個月，正好利用疫情的「空窗期」。

李燈旭提到，由於拍攝需要押後，部分外埠拍攝改以有限度的本地取景。他預期，本地電影業需要在疫後2至3個月才能真正回復正常，惟他對香港電影業仍然充滿信心，已計劃在未來兩年內投資開拍10部港產片，平均每部製作費約為500萬至800萬元。

### 在港票房千萬 內地勁收近40億

「香港只作為對外宣傳的地方，香港電影真正市場是內地。」洪祖星舉例說，早早上映的《紅海行動》，香港的票房僅約1000萬元，在內地便勁收逾36億元人民幣（約39.8億港元）。

至於內地盛行的網絡電影，洪祖星直言難在港發展，畢竟香港市場太細，而且未有相關平台發展網絡電影。他續說：「買一部大片要數億元，在戲院放映可以收50億至60億票房，放網上播放，收入肯定不會多於戲院。」

香港電影業正處於停擺階段，洪祖星認為，未來唯一出路是合拍片，畢竟合拍片已成為香港電影的主要組成模式，透過在香港培育電影人才，再安排到內地發展才是電影業界的好現象，得以讓整個行業生存。

## 保從業員飯碗 影藝界自資開戲救市

### 共渡難關

全球電影業原本迎來豐收期，2019年全球票房破紀錄達311億美元（約2426億港元），可是疫情橫掃全球，把行業殺個措手不及。為保住電影從業員的「飯碗」，影藝界紛紛自資開戲救市。

國際戲劇舞台僱員聯盟（IATSE）的統計顯示，被喻為世界電影工業中心的荷里活，已有超過12萬名電影從業員失業，業內人士估計，全球電影業損失超過50億美元（約390億港元）。

香港電影業的情況亦不樂觀，在「無工開」情況下，部分從業員被迫轉行，據了解，有副導演轉到地盤工作，亦有燈光師轉當大廈保安員。

### 業界籌3000萬 助基層員工

為協助影業界的基層員工，演藝人協會會長古天樂發起香港電影工作者總會，發起「香港電影工作者疫境支援計劃」，獲本地10間電影公司支持，各投資300萬元。

早前，英皇電影聯同天下一電影宣布合作

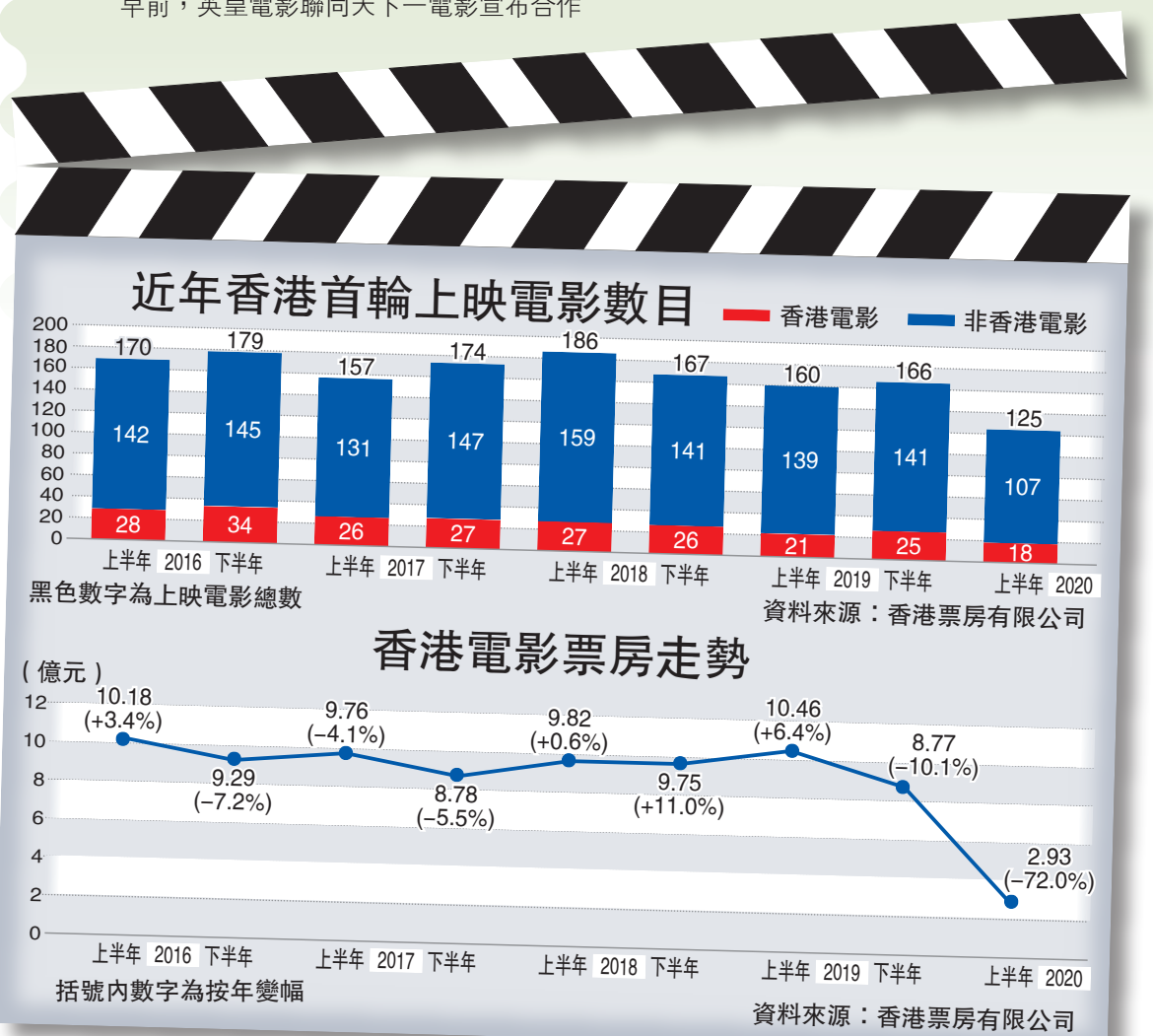
，計劃未來兩年共同製作及發行10部電影，當中會以香港取景，並重點聘用本地從業員。

最近，港府透過電影發展基金推展5項措施，包括名為薪火相傳計劃，預留約1億元，用以資助開拍10至12部電影，每部電影資助額約900萬元，並邀請資深導演作為監製，夥拍一至兩名新晉導演開拍本地電影。

### 影帝減片酬 七折接戲

除了力爭本地電影從業員繼續工作，由於電影主角的片酬佔電影製作費一半以上，電影界的重頭人物亦決定減價救市。

影帝級人馬郭富城，片酬以千萬元計，不過據知他最近參與的電影《斷網》，自願減片酬三成，變相七折接戲。另一重量級要員劉德華在電影《七聖》首次飾演「孫悟空」一角，同時擔任該戲監製，他僅收取部分片酬，亦免收「監製費」。金像獎影帝林家棟更直言，在現時市況下，一旦遇到好劇本，寧願分文不收也會接拍。



## 重新定位 捕捉14億人口紅利

### 新聞分析

李潔儀

觀看。

### CEPA推動合作與交流

電影既是藝術，亦是一門商業含量非常高的產物，曾經有導演不惜花5年時間拍一部港產片，用5年磨一劍，換來全球過億元票房，但這模式某程度上可說是一場賭博，孰贏孰輸，只有製作班底才會明白。

隨著社會變遷、市場狹窄等問題，香港電影業由全盛時間步入衰退，整個行業身陷囹圄，在新冠

肺炎疫情摧殘下，更突顯香港電影業的困局，雪上加霜。

時移世易，風光不再，面對香港電影業的窘境，本地電影人齊齊北望神州，加上CEPA協議已為港產片打開內地的大門，催生內地與香港的電影合拍片模式。倘若以純商業價值角度來看，選擇僅700萬人口的本土市場，還是瞄準14億人口紅利，後者的含金量肯定會較高。

當然，亦有電影人會選擇本土市場，藉而維護港產片的核心文化。為了迎合香港觀眾的口味，他們會在電影內加入香港元素，例如港式文化、潮語等，重新吸引本地觀眾的注意。

其實，遭疫情蹂躪的又豈只香港電影業？電影界能否藉着浴火重生，首要考慮是整個電影業的定位，才能有更好的出路。

## 留家避疫 影視串流成大贏家

### 留家抗疫

疫情蔓延全球，民眾留家抗疫，在「宅經濟」驅使下，帶挈家居娛樂串流影視平台Netflix，付費用戶增逾一倍。

Netflix今年首季付費會員數激增1580萬戶，第二季亦有1010萬新用戶進賬。單在第二季，集團大賺7.2億美元（約56.2億港元），按年急升超過1.6倍。

### 荷里活大片轉影音平台播

不過，Netflix管理層預期，隨着市場逐漸脫離疫情衝擊，加上社交距離限制解除，付費訂戶淨增長將出現放緩，第三季的新用戶預料減至250萬戶。

受疫情影響，湯漢斯（Tom Hanks）主

演的最新《雷震戰艦：獵犬號Greyhound》未能如期在5月於戲院上映，出品方Sony Pictures於是於是以7000萬美元（約5.46億港元），售予串流影音平台Apple TV，讓其作獨家播放。

根據產業分析公司Media Partners Asia（MPA）旗下AMPD Research資料，全球影視串流分鐘持續上升，今年第二季達6570億分鐘，較第一季增加19%。其中，Netflix稱霸，其智能手機平台的串流分鐘按季升59%。

面對限聚令室礙社交活動，「煲劇」成為疫下的大熱娛樂。電訊盈科（00008）旗下OTT視象平台Viu，今年第二季的串流分鐘便按季增長42%。