

电影局官方数据表明

# 《落叶归根》虚报票房1000万

赵本山主演的贺岁大片《落叶归根》正在全国热映,发行方在该片上映10天后,宣布票房已经突破2000万元大关,着实让同档期的国产电影眼红。可昨日有媒体爆料:根据电影局统计的官方数据,该片上映10天后的票房只有1000万元,《落叶归根》足足虚报了1000万元票房。虽然发行方在接受记者采访时极力否认虚报说,但记者还是从有关知情人口中得知,《落叶归根》确实虚报了部分票房。



《落叶归根》剧照

**惊爆:**  
10天多报了一倍票房

昨日,北京媒体引用了《中国电影报》的一篇文章,文中称《落叶归根》第二周的票房为600多万元,前10天总票房约1000万元。《中国电影报》由广电总局电影局下属的电影资料馆所办,刊登的票房数据源于电影局提供的原始票房和各大院线提供的实际票房,电影局年终总结使用的便是这个数据,这是中国电影票房的官方数据。

电影局知情人士透露,电影局统计的票房原始数据中,《落叶归根》首周末的票房为316万元,第二周的票房为489万元,前10天的票房总和是805万元。原始数据来源于所有联网售票影院的自动结算,这个票房涵盖全国所有院线,但由于有非联网售票的影院存在,因而并不是票房的全部,一般占票房总数的80%左右。因此,该片前10天总票房约为1000万元。

而《落叶归根》片方向媒体提供的票房数据则是2000万元,显然在票房上作假。

**影院:**  
再火也到不了2000万

记者向南京各大影院打听《落叶归根》票房的真实性。金陵工人影城的有关负责人告诉记者:“《落叶归根》是挺火,在我们这里前10天的票房就已经有6万元了。但要说全国有2000万,我不相信。一般来说,工人影城的票房占全国总票房的1%。《落叶归根》有些特别,属于一部南冷北热的电影,所以按0.5%的份额来算,全国票房最多也就1500万,绝对不可能达到2000万。”

**宣传方:**  
电影局数据不全

既然官方数据和影院推算的数据都难以达到2000万元,发行方又是怎么算出2000万这个数据的呢?

记者采访了《落叶归根》宣传方东方神话公司,有关人士对于“打假报道”十分气愤,一再称这是个假新闻,发行方一定会状告该媒体,希望记者不要“跟风”。至于2000万这个票房数据,

该人士信誓旦旦地向记者保证:“发行方的数据绝对是权威数据,前10天的票房就有2000万,都是全国各大院线上报给发行方的。电影局的票房只是所有联网售票影院的自动结算,不包括影院卖出的年票、团体票、优惠票等,其实后者是目前影院票房的一大块。我们不能只盯着联网售票,这显然不客观!”

**知情人:**  
确实虚报几百万

记者致电该片发行方新华展望公司,但其负责人不接受采访。记者又找到发行方内部一知情人,刚开始他一再强调2000万这个数据的真实性,并称仅北京新影联院线的10天票房就有500万,不可能虚报。但当记者要求他拿出各大院线呈报的相关票房数据时,他却含糊不清,以商业秘密为由不愿透露。在记者的再三追问下,他终于松口:“从严格意义上讲,2000万确实有些水分。对每个院线报上来的数据,我们经常会有‘四舍五人’,方便向媒体公布消息。但我们绝对没有虚报1000万那么多,最多也就几百万。”快报记者 李谷 史丽君



影片牛皮吹破,主演赵本山脸上无光

## 007票房有望平《金刚》

星美院线、新影联院线前天透露,《007 大战皇家赌场》全国票房已经达到2600万元。院线方面预测,经过本周末,该片全国票房会迅速突破5000万元大关。中影公司负责人翁立认为,该片有望平去年同档期《金刚》的1.1亿元票房。

《007 大战皇家赌场》选择周一上映,截至周四,全国票房已经达到2600万元。新影联负责人高军说:“007对于中国观众来说,属于那种久仰大名式的人物。邦德毕竟是第一次登上内地的大银幕,相信它会在本周末真正达到票房峰值,顺利突破5000万元大关。”

星美宣传负责人贾小姐透露,《007 大战皇家赌场》是本月实力最强的进口大片,将在情人节、春节及整个寒假档期放映1个月,票房情况乐观。 曾家新



《007大战皇家赌场》海报

## 5部进口大片激战春节档

记者从全国各大电影发行公司了解到,2月将史无前例地出现5部进口分账大片先后上映的壮观局面。除了1月30日刚刚上映的《007 大战皇家赌场》、《空战英豪》、《博物馆奇妙夜》、《穿普拉达的女王》和《人生遥控器》将先后入市。

改编自一战真实故事的《空战英豪》将于2月9日上映。影片讲述了一群来自美国的热血青年甘冒生命危险,加入法国的“拉菲特”空军战队,与德国空军展开殊死搏斗的故事。与屡拍不止的二战题材相比,一战题材在国际电影界还是一个冷门。

曾经蝉联两周北美票房排行榜冠军的《博物馆奇妙夜》将档期锁定在2月14日情人节当天,与刘德华主演的《门徒》正面对撞。影片描述了一位美国待业青年在自然历史博物馆担任临时夜班守卫时的神奇经历——所有的展品都在瞬间复活,并计划逃出博物馆。本片在全球大卖4亿美元票房。

2月27日和2月28日,《穿普拉达的女王》和《人生遥控器》两部影片将上演本年度第一次“分账片大PK”。《穿普拉达的女王》的女主角梅丽尔·斯特里普刚刚获得奥斯卡最佳女主角提名,影片被全球办公室白领视为“2006年最佳影片”。《人生遥控器》的主演亚当·桑德勒是美国最具票房号召力的喜剧明星。 张文伯



《空战英豪》海报

## 片方为什么要虚报票房

某些电影院会瞒报票房数字,因为影院要与电影发行公司分账,少报可以少分钱给发行公司。前些年,因为没有联网售票系统,都是售票员从票本上撕票给观众,卖了多少票房电影院说了算。电影发行公司则喜欢虚报票房,这是什么原因呢?

**原因一:忽悠观众来看**

电影发行公司不是向电影院虚报,而是通过媒体向大众虚报。不明所以的观众,一看报纸、电视上都讲,这部电影的票房达到几千万、几亿了,就会认为这部电影肯定很好看,被这么多人认可了,自己也要去看看。通过“羊群心理”,越来越多的人看,票房就越来越高。尤其是放映中不断刷新的动态数字,更是骗死人不偿命。

《落叶归根》之所以要虚报票房,并在《007 大战皇家赌场》上映当天发布“10

天票房突破2000万”的消息,是想占个先机,压压007的势头,把观众“忽悠”进《落叶归根》的放映厅。

**原因二:吹牛不必上税**

有句话叫“吹牛不上税”,虚报票房还真是件“吹牛不上税”的事。因为电影公司只需要通过媒体炒作,向大众发布“票房创新高”的消息,缴税时却不是依据报纸、电视上的数据,而是根据各地电影院的票房清单。不过,事情一旦败露,脸可就丢大了,当年的《十面埋伏》票房缩水事件就是一例。

2005年8月8日,新画面公司称《十面埋伏》的票房达1.5亿元。北京崇文区地税局却称,截至8月17日,这部电影在全国已实现票房收入1.35亿元,广告收入800万元,共计应实现税收收入510万元。消息一出,舆论哗然。毫无疑问,公众更相信税务部门的统计数字。 快报记者 史丽君 李谷

## 越是大片 票房水分越大



周杰伦主演的《头文字D》被揭露虚报票房

虚报票房在中国电影界并不是从《落叶归根》开始的,这早已成为中国电影界的“公开秘密”。有个最“经典”的例子:去年4月28日,《三岔口》在全国上映,映期跨越五一长假。发行方提前组织记者看片,随后发给每位记者一份资料,上面写着:“该片上映三天在北京已取得500万元票房的好成绩。”在场记者不解地问:“影片还没上映,怎么就出前三天的票房了?”宣传人员回答:“唉,多卖点不是能吸引观众嘛。另外,五一期间统计票房的人休息,也没地方查,我们就提前估计了。”结果,这部影片长假过后的北京票房是120万元。

《头文字D》上映4天时,发行方公布了全国票房3500万元的数字。随即有

媒体提出质疑:该片在北京新影联院线的票房为350万元,而该院线票房平均占全国总票房的15%,以此推算,该片前4天全国总票房应为2300万元左右。央视电影频道的报道称,《头文字D》上映4天总票房在2100万元左右。报道引用院线负责人的话说,《头文字D》发行方报出的数字“水分挺大的”。此外,《天地英雄》上映第一周就称票房突破3000万,可是影片的实际总票房也就3000多万。

《无极》上映前,陈红曾揭短:“《如果·爱》到现在的票房不过850万,可刚演了4天就说突破1800万,《无极》绝对不会虚报票房,是多少就是多少。”不过,当《无极》上映时,它也因为虚报票房被人抓住

了把柄。《无极》官方微博公布的首周末票房8100万元,与发行公司公布的7452万差了648万。

最近票房最火的莫过于张艺谋的《满城尽带黄金甲》。上映3周,张伟平就放言《黄金甲》票房已经超过当年《英雄》45天2.5亿元的票房,达到3亿。但据记者了解,当年有1100万人次观看《英雄》,而《黄金甲》的观影人数只有800万,并且票价涨幅不是特别大。因为《黄金甲》新闻发言人杨阳证实,为了争取更多观众,2006年12月8日起,全国各院线整体调低该片票价,降价幅度由各院线根据实际情况自行决定。这样一均衡,《黄金甲》的3亿票房,看来也含有一定水分。 快报记者 史丽君 李谷

## 频办庆功宴 是为多捞钱

国产大片常为票房达到多少多少大办庆功宴,《无极》《神话》《夜宴》《黄金甲》《落叶归根》莫不如此,有的还在不同地方搞好几场。暂且不说票房的真实性,这样频频办庆功宴,真的就是为了庆功吗?

显然不是,这些举动其实都是在为电影的宣传大造声势,为的是引起媒体的关注,提高曝光度,吸引更多观众走进影院。众所周知,电影在宣传时,

前期攻势都会非常猛烈。上映一周后,曝光率就会大大下滑。而此时,第一阶段的票房正好出炉,发行方会抓住这个机会,大肆吹嘘票房高达多少多少,再召集主创开个庆功宴,邀请媒体报道。面对新闻轰炸,观众会不自觉地被吸引,走进影院。这样,片方借庆功宴为电影好好吃喝了一把,既得了好名声,又能赚到更多钞票,何乐而不为呢? 快报记者 李谷 史丽君