

## 中國內地電影票房又出亂象 劉若英新作出現退票潮

被視作五一檔期國產片扛鼎之作《後來的我們》(劉若英導演)前天(4月27日)首映，票房進賬2.8億元(人民幣，下同)，無限接近去年國產片《戰狼2》創下的日收2.92億元的單日最高票房紀錄，令行內人士驚訝不已。但是，僅過了不到12小時，突然地出現原已訂票的退票潮。據不完全統計，截至4月28日23點，售票平臺貓眼遭退票38萬張，涉及票房1,300萬元，占當日總票房2.8億元的4.6%，而退票大部分均集中在19.9元等特惠票。出現此等奇怪現象，讓人們大感詫異。

事實上，《後來的我們》從映前一個半月開始就展現了驚人的熱度：售票平臺貓眼上“想看”的點擊人次超過91萬，打破了《三生三世十里桃花》維持了9個月的“最高貓眼想看紀錄”。貓眼開啓預售以來，其預售成績也十分驚人，最終以1.22億元的首日預售成績不得不讓人驚訝。

然而，這一切高熱度、高預售的背後却存在著大量水分：28日下午8點開始，在微信的影院經理群組及微博上披露，聲稱《後來的我們》通過貓眼後臺“大面積退票”，給影院造成“巨大損失”。

倘若以上行爲均爲貓眼平臺所爲，其實也就是以自行預售并以高預售訂票高入座率來鎖定排片場次(行內稱鎖座)。這招數早已在此之前發生過，最典型例子便是發生在2016年的《葉問3》，因爲發行方對賭的緣故，便出現用預訂的假票房鎖座排片情形，最後事敗，“莊家”不得不出逃外國。而影院與發行主形成了默契：你鎖座熱門電影，我歡迎；即使是鎖座冷門電影，好歹你鎖座的錢我還能賺到。然而貓眼出現大量退票此舉，屬既占了買預售票的真票房便宜，還後臺退了這部分買的預售，實現“零成本”排片，最終倒黴的只有電影院。

貓眼後來發表聲明，聲稱“貓眼平臺疑似被惡意在網上大量點擊訂票并退票”，“已將相關詳情和證據提交主管部門，并將同主管部門做進一步的詳細調查”云云。然而，正如在該聲明發布後就有行內人所指：自己投資(指其爲該片投資方之一)自己購票自己退票自己調查，既是購票平臺又是發行方，“貓眼變貓膩”。

中國該由相關部門制定一套發行與售票平臺的監管規章制度了。