

## 陈思诚、徐峥、陈可辛、张一白共同亮相 新浪潮论坛探讨中国电影“新商业大片”时代

■文/本报记者 姬政鹏



11月21日,新浪潮论坛在厦门举办,《中国女排》导演陈可辛、《唐人街探案3》导演陈思诚、《囧妈》导演徐峥畅谈中国电影的“新商业大片”时代,导演张一白主持,与三位嘉宾一起就中国电影的“新商业大片”时代这一主题进行了深入探讨。

在论坛开始,嘉宾们一起回顾了商业片的发展历程,大家一致认为从2002年《英雄》,到2012年《泰囧》,再到近几年票房破30亿、50亿的商业电影,中国商业大片已经进入了一个全新的阶段,在主题表达和类型审美上,都呈现出更加多元的特点,原创性、现实题材、类型的运用和探索开始成为当下中国商业电影“新大片时代”的时代特征。

当谈到中国商业电影的发展变化时,徐峥坦言,没想过《我不是药神》里社会性和商业元素的融合会产生如此大的传播力。“中国观众对内容的饥渴程度,对类型融合的接纳程度,对所有创作者思想表达的理解都是非常厉害的。”

随着观众的迅速成长,原来仅仅只是停留在娱乐层面的商业大片需求也被提高了。陈可辛导演对徐峥导演的观点表示赞同。来内地拍戏15年,他是中国观众飞速成长的见证者。从完全被动接受到主动选择电影类型和喜好,中国观众变得越来越有判断力,因为他们对内容出发点的关注和对各类型题材的包容,才让《我不是药神》等非主流电影成为票房“主流”。陈思诚导演也表示,中国的电影观众广泛阅读,看全世界各地的电影,视野开阔,是很专业的一群人。中国商业大片的成长正是源于他们,“中国观众在拿全世界电影跟我们作比较”,这样的鞭策推动着市场化还不到二十年的中国商业电影不断向前。对此,陈思诚导演还说,“我希望观众可以给国产电影更多的包容,我们一直在努力”,“相信中国电影会更好”。

在谈及类型片和中国商业大片的发展趋势时,徐峥谈到现在的类型片更

偏向于一种融合性、复合型的类型片。创作人在影片创作中需要兼顾商业性、娱乐性、社会性、人物的灵性等等,有一个让步和平衡的过程。但“归根结底对创作者来说,最重要的还是要找到电影的主题”。

在以中国故事、中国味为电影大方向这点上,陈思诚导演与徐峥导演不谋而合。“现在票房的冠军季军全部是国产电影,深刻地说明中国的观众最爱的还是国产电影。”陈思诚导演表示,《流浪地球》和《哪吒》两部电影充分证明,只要创作者在一种类型上深耕细作就有成功的可能性。

主持人张一白也切换回导演身份,对这个问题发表了自己的看法。张一白导演表示,仅仅只是类型片还成就不了中国电影,带有强大的社会属性,聚焦大家关注的主题的电影才能引发观众情感共鸣。

近几年,春节档成为影片“吸金”力度最大的档期,陈可辛、陈思诚、徐峥3位导演在2020年春节档都有新片上映。被问及为何选择春节档时,陈思诚导演率先表态:影片类型决定档期。《唐探3》早在《唐探2》播出期就定档了,与观众定下2年之约。《唐探》具备很强烈的合家欢属性,适合春节,下一部电影我认为可能适合暑期,可能就会更多做一些暑期的准备。”导演们表示,《囧妈》和《中国女排》选择春节档也是基于影片本身的属性。徐峥则认为,在如今的中国电影市场上,选择档期是一件很困难的事情,而且任何时候都有一大批竞争对手。“从创作者的角度来讲,还是要更多注意力放在内容本体上,内容好了放在什么档期都会好。”陈可辛导演直言,有些电影在宣传时会打压对手抬高自己,这种“竞争”让春节档变得“可怕”。为了给彼此营造一个良性的竞争环境,三位导演在现场约定“绝不互黑”,要一起打造一个“祥和”的春节档。

## “中国电影教育与产业高峰论坛” 厦门大学举行

本报讯 11月20日,第28届中国金鸡百花电影节“中国电影教育与产业高峰论坛”在厦门大学科学艺术中心举办。本次论坛由厦门大学和中国电影家协会联合主办,中国电影家协会电影教育与产业发展委员会和厦门大学人文学院共同承办。

中国影协分党组书记、驻会副主席张宏,中国电影家协会副主席喇培康,中国电影家协会副主席、清华大学教授尹鸿,中国电影家协会副主席、博纳影业集团董事长于冬,厦门大学校长张荣,中国电影家协会分党组成员、中国文联电影艺术中心主任饶曙光,中国电影家协会电影教育与产业发展委员会主任、北京电影学院原党委书记侯光明,中国电影家协会电影教育与产业发展委员会秘书长、北京电影学院管理学院院长吴曼芳等七百多名嘉宾、专家学者、影视从业者及厦大师生参加。厦门电影家协会主席、厦门大学人文学院副院长李晓红教授主持了论坛开幕仪式。

张荣表示,建构先进的教育模式、培养和输送优秀的电影人才是时代赋予高校的新命题,“金鸡奖”长期落户厦门,将使厦门影视产业迎来发展的大好时期,将使厦门大学迎来更好的机遇。

(姬政鹏)

## 行业导师助力青年导演前行 “青葱计划”论坛福建厦门举办



本报讯 11月22日,由中国文学艺术界联合会、中国电影家协会、厦门市人民政府主办,中国电影导演协会、浙江一禾影视传播有限公司、上海斗进文化传媒有限公司、鸿一(北京)文化发展有限公司承办的第28届中国金鸡百花电影节“青葱计划——中国青年电影导演人才的发掘与培养论坛”在厦门举办。

当天,中国电影家协会分党组书记、驻会副主席张宏,中国文联电影艺术中心主任饶曙光,中国电影导演协会会长李少红,中国电影导演协会副会长、“青葱计划”理事长王红卫,中国电影导演协会执委曾虎、李玉,导演陈思诚、郑大圣以及“青葱计划”的5位青年导演代表申瑜、德格才让、郝飞环、梁鸣、叶谦等业界嘉宾出席论坛。

“青葱计划”论坛上,饶曙光感谢大家对金鸡百花电影节的支持和关注,他在发言中说,今天的论坛主题是发掘、培养、传承新人,这是中国电影家协会的根本职责之一,和“青葱计划”一样,协会会不断重视对青年导演人才的培养。他强调,关注电影行业、关注导演创作、关注新人导演成长是协会过去和未来不断坚持的初心。金鸡百花电影节邀请众多青年导演带着他们的作品,来到金鸡百花电影节,参与影展、论坛、创投环节。

李少红特别感谢了国家电影局、金鸡百花电影节和社会各界对“青葱计划”的大力支持,并表示非常荣幸“青葱计划”能第三次受邀在金鸡百花电影节举办主体论坛活动,非常感谢每一位到场的嘉宾、导演、“青葱计

划”导师和影视投资公司、制片公司代表出席本次论坛。她强调一直以来“青葱计划”都在探索如何培养新人导演,中国电影导演协会有能力和责任和义务,将丰富的行业经验分享给青年导演,帮助他们从“小葱”长成“大葱”。过去四年“青葱计划”累计有12部作品完成制作,有6部作品获得国内外大奖。她也相信未来在各方面的支持下,“青葱计划”会越办越好。希望青年导演创作出更棒的作品,为电影事业发展贡献力量。

在论坛讨论环节中,各位嘉宾都从各自经验出发,围绕当下中国青年导演的现状,以及如何更好培养青年电影导演等话题展开讨论,并畅所欲言,各抒己见。

李玉是第一届“青葱计划”的导师,她表示听到这个计划的时候,直

接赞道中国终于有扶持青年导演的平台了。“我非常替青年导演开心,也很羡慕,为什么我开始拍电影的时候没有这些好福利。而且青葱计划的学员作品都非常有特色,类型也丰富。参与青葱计划的过程,也是一次难得和青年导演碰撞的机会。”

而袁媛导演刚刚完成新作品,对于拍摄第一部电影,她深有感触。袁媛总结了第一次做导演的经历,直言拍摄电影非常难,因为不只有拍摄、创作,还有沟通和协调。同时,她表示非常荣幸参与“青葱计划”,和学员导演每一次交流的过程,都是一种学习和汲取的过程。

谈到参与“青葱计划”的感受,管虎导演表示当初不太相信世界上有像“青葱计划”这样的扶持平台。“后来,我和梁静都参与了第三届青葱计划,发现它不经导演,不经营作品,就是一个承上启下传承新人的公益平台。”他在现场讲,当时帮助青年导演过王红卫老师和李少红导演直言:“这件事最好不要断,要一直持续下去。”

陈思诚导演是主动来参与“青葱计划”,作为《唐探》系列的出品人,他寻找能拍摄续拍《唐探》系列的新人,也急需能拍摄类型片的新血液加入创作。“唐探宇宙已经初步搭建出雏形,我们需要好的类型片导演出现。”同时他认为中国电影要想真正健康发展,一定要后继有人。“青葱计划”正满足了行业发展的刚需。

论坛现场,王红卫总结到过去四年已有20个项目从“青葱计划”走出,而且成活率已经过半。但他强调“青葱计划”的目的既不是招募导演,也不是招募项目,而是务实地扶持青年导演拍出好作品。

(姬政鹏)

## “互联网之夜”在厦门举行

多位从业者论道互联网时代下电影产业的变化、机遇和挑战



本报讯 11月20日晚,第28届中国金鸡百花电影节“互联网之夜”在厦门举行,中国电影家协会分党组书记、驻会副主席张宏,中国电影家协会副主席、清华大学新闻与传播学院教授尹鸿,腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武,猫眼娱乐 CEO 郑志昊,珠江影业传媒股份有限公司董事长、总经理张海燕,北京文化董事副总裁杜扬,北京电影学院管理学院院长吴曼芳,电影《受益人》导演申奥等嘉宾出席了活动,分享他们对互联网和电影产业相结合的看法。

张宏在发言中表示:“今天我们拿着手机,在家里就可以通过互联网知道这场电影有多少人在看,它的评价如何,在哪个厅放映,互联网真的改变了我们的生活,改变了我们的电影生态。”

中国电影家协会副主席、清华大学新闻与传播学院教授尹鸿表示:“毫无疑问,互联网改变着中国电影的产业格局和生态;毫无疑问,互联网助推了过去十多年中国电影的高速发展。随着大数据更加准确的使

用、人工智能的快速发展,互联网创新的层出不穷,相信互联网还会为电影带来更多惊喜和变化。”

随后程武、郑志昊、张海燕、杜扬、吴曼芳、申奥以“互联网时代下电影产业的变化、机遇和挑战”为主题展开圆桌讨论,讨论由影评人周黎明主持。

在讨论中,郑志昊透露,今年截至目前电影购票人次是17.5亿,其中15亿来自线上购票。除此以外,互联网也在帮助电影以用户习惯的方式和渠道完成触达,如短视频营销、直播营销等等。杜扬则从创制维度分享了互联网对电影的影响。“大家说北京文化做了很多爆款,但这些不是‘拍脑袋’想出来的,或者说某个导演说要做什么,我们做每个项目,都会做很多研究,而这些研究都是依赖互联网。比如我们做《封神三部曲》,有很多质疑,这么大的投资到底行不行,其实我们做之前,做了很多调研,包括社会经济形势、观众心理、发行端的银幕后数量等等,电影做的是艺术,这就需要创制团队或者投资人有一个更超

前的眼光,去预测未来观众想看什么,想要什么。”

张海燕从院线维度分享了互联网带给电影的改变。“以前院线排片主要靠经验,靠个人,现在是智能化排片。”通过互联网平台,既能准确分析影院的观众结构,影城的用户喜欢哪类片子;同时也能及时了解周边影城的排片情况、票价情况,以便做一些及时的调整。“互联网在改变整个终端产业。”谈到互联网对导演的影响,申奥坦言,互联网的发展“救活”了一批导演。“以前很难想象20多岁的人可以做导演。互联网时代,我们得到大量微电影、广告制作的活儿,直接把我们这群人的生计问题解决了,这样我们才有机会好好做创作。”另外,申奥认为互联网有一个特别好的地方就是“及时兑现”。“以前电影播完之后,导演不知道问题出在哪,有很多的借口,但现在一切都瞒不住了,网上的评论就在那里,而且这些评论会直接影响到我下一次的创作。”申奥感谢互联网拓展了电影的生命周期,可以说从三周拓展到永远,“这令我非常感

动,可能我不在了,我的电影还在互联网上存在、流传。”

吴曼芳从教学切入,分享说:“以前大家总喜欢把互联网影视公司和传统影视公司拿来对比,其实不应该对比,电影一定要拥抱互联网,拥抱互联网工具的属性。我们要知道受众是什么样的,电影除了艺术属性,还有产品的属性,所以在人才培养的过程中,一定要强调互联网对于电影行业的工具属性。”

论坛期间,腾讯和猫眼联合推出《从相加到相融——互联网时代的电影发展研究报告》。这是“腾猫联盟”成立之后,发布的首份电影产业报告,用数据记录了互联网与电影市场10年来从相加到相融的历程。

《报告》数据显示,2018年全国电影票房收入突破600亿元,成为全球第二大票房市场,电影行业迎来全新机遇。其中,2018年电影购票线上化率达到84.3%,电影的线上化、观影过程的互动化和观影选择的多元化,成为线上观影的新消费浪潮。

互联网已经从电影项目策划、内容制作、营销宣传、发行放映等方面深度嵌入电影生产链条,为电影提供了更多可能,带来全新升级。据了解,猫眼数据可以观察到观影人群画像、影片评论关键词、正向口碑等多维度数据,并服务于影视内容的创制、宣传、发行/放映等流程,从而实现电影票房的增长。

在创制阶段,互联网可基于数据分析对标影片的优势和不足,为新片创制和宣发策略提供参考依据。在宣传阶段,大数据可帮助片方洞察观众画像,锁定目标方向,减少营销受众错位的影响。在发行放映阶段,数字化工具可实现对发行环节的秒级监控,进而优化发行策略,而影院也可以基于数据调整定位,提升观众的差异化服务体验。

(姬政鹏)