

为中小成本电影 创作和发行出谋划策

■文/胡其鸣

2023年6月8日,在深圳举行的首届“文化强国建设高峰论坛”的“电影业高质量发展”分论坛上,中宣部电影局常务副局长毛羽指出,“要支持和鼓励中小成本电影的创作,我们还要把电影当作一种经济活动,近期我们要全力地恢复做好周末档。”这些话确实说到了我们影院从业者的心坎上。特别是把电影当作一种经济活动,那我们就可以用经济规律来分析和提出解决方案。

中国电影市场的潜力

2019年,中国电影市场获得643亿票房和17亿观影人次的骄人成绩。但是,中国电影市场还远远没有达到上限,按13亿人口算,平均每人每年看1.3场电影,这和国际上的平均4-5场还有着不少的差距。我一直呼吁“2.0计划”,即平均每人每年看两场电影,那就是1000亿的票房。

培养习惯性观影的观众群

什么是习惯性观影观众?
2015年4月,我们朋友的父母德沃夏克夫妇携全家来北京。德沃夏克夫妇是典型的“习惯性观影观众”,每周至少看一场电影。来北京也不能破了习惯。于是,就在北京芳草地的卢米埃影城看了刚刚上映的《王牌特工》(The King's Man)。

“习惯性观影人群”属于“非理性”(一般不会去看影评)但经常性的观众。他们是电影市场的中坚力量。他们看电影前对影片的质量并不特别关心,看了不喜欢的影片也就自认倒霉,看了喜欢的影片也会去向朋友推荐。

如何培养习惯性观影观众?
所谓“众口难调”。我的一个朋友不属于动作或科幻电影的拥趸者。但是来到影城后,发现除了“速激10”就只能看“银河护卫队3”了,都是同一类型的电影!后来,他看了还在排片的《宇宙探索编辑部》。本没有什么期待,也没听说过这个电影(可能有些文艺青年早就知道了),但看完后跟我说,还挺不错的。如果当时电影院没有排这部电影,他有可能就回家了。

所以,培养“习惯性观影观众群”的关键,是影院在任何时候都要有不同质量的影片供观众选择。至于影片的质量如何,等他们看完了自己去评判。不久前一部影片在国际上大获全胜,很多年轻观众特别喜欢,而很多中年观众却说看不下去。有人说好坏并不重要,但是对票房肯定是做了贡献!



2015年4月6日,德沃夏克一家三代来北京侨福芳草草地参观并看电影

如何量化支持和鼓励中小成本影片?

我是在清华大学接受过专业工程学习和训练的。因此我习惯于首先“定义问题”,然后“解决问题”的思维逻辑。中小成本电影在给影院的供片数量上绝对占有优势。但是很多观众并不知道在什么时间在哪里可以看到这些影片。如何支持和鼓励中小影片的制作?我认为出路在发行环节。说白了就是它得把钱给挣了,至少不亏本,才会受到资本和影片保险公司的青睐。

“一日游”与电影本身的“质量”没有必然联系

很多人认为电影在影院“一日游”是因为电影本身的质量不行。这可能是原因,但并不是绝对的。而最重要的原因是这些影片的发行模式不对!目前影院排片的依据主

要是靠所谓的“大数据”:即观众的关注度。而关注度是可以靠钱砸出来的!大片的发行模式就是用庞大的宣发费来买关注度,少则几百万,多则几千万甚至上亿!对那些连拍片都捉襟见肘的中小成本影片而言,根本就是跟其顶背。而如果这些影片向影院讨要“排片率”,往往会碰得头破血流。

如何改善中小成本影片的命运?

一是靠政策,二是靠新的发行模式。
首先是政策。电影的诞生地法国规定一部影片在任何一个影院的排片量不得超过三分之一,也不能超过该影院总场次的三分之一。很多其他国家则规定对一部影片的排片量不得超过60%。这样,一片独大,中小成本电影无立足之地的现象就得到了有效遏制。观众随时到访电影院,都会有不同类型的影片供观看,这样有利于培养“习惯性观影观众群”。我认为这些规定值得借鉴,至少规定影院周末不得让某部影片排片率过高。
其次是发行模式,如“点映-拼团”发行模式。现在中小成本影片



的发行模式别无选择,只能是大片的砸钱模式,靠天吃饭。但是宣发费有限,甚至没有宣发费的中小成本影片就很尴尬:要不来“排片率”,关注度没有,于是很快就被影院下架了。如何改变中小成本影片的命运?首先,放松心情,不要追求大片的速战速决,而是树立起打持久战的决心。疫情前,中影的“掌门人”傅若清和我讨论过一种影院的“点映-拼团”模式,我觉得特别适合中小成本影片的发行:中影建立一个“中央片库”,将所有有龙标的影片都上传到中央片库。各地的电影院

只要利用好中国特色的流媒体,如抖音、小红书、快手、拼多多、美团、爱奇艺……,打一场“人民的战争”,我相信,这种发行模式在全世界也将是独树一帜,会给中小成本影片带来巨大的利益。

中国电影市场的出路在于有专业的资本市场支持

这里我特别强调“专业”两字。2009年后,由于电影《阿凡达》的成功,中国的电影市场进入了一段“野蛮发展”阶段。各种投机资本的资金流向中国,野蛮砸钱铺路。但是疫情之后,中国的电影市场恢复冷静,正是应该进行调整的时候。
电影的专业资本应该由专业的业内人士和专业的基金管理者组成,对影片的创作进行批量投资(因此资金必须雄厚),形成电影产业链上下游的呼应,减少资本投入的风险。
有效增加片源供应
好莱坞由于受“政治正确”和所谓“大数据票房要素”(如肤色,必须有LGBTQ+元素等)的制约,将原有的艺术创造力给抹杀殆尽,因此咎由自取,最近拍出的影片在全世界越来越不受待见。中国的影院和发行工作者要有危机意识,准备迎接

好莱坞影片青黄不接不卖座的新局势。扩大非好莱坞影片和国产影片的供应量将是中国未来电影市场的增长点。我相信,只要在每一个非好莱坞地区和国家每年有一部可以看的影片,那就至少有100多部!ChatGPT等人工智能的应用,把原来繁复的字幕工作缩减到按分钟计算的单位。此外,对经典影片的修复升级放映也是扩大片源的一个新尝试。获得2亿多票房的《海上钢琴师》和《天堂电影院》的小众放映,为我们提供了足够的信心。

影院的社交属性不可替代

有人问苹果公司的新产品Vision Pro头盔是否会影影院形成冲击?我的回答是“不会”!原因是这头盔依旧不能取代影院的社交地位。比如男女谈恋爱最安全的地方就是电影院了。双方通过看电影来互相观察对方的文化背景和生活习惯。Vision Pro头盔不仅没有对影院形成任何威胁,相反,由于它庞大的实时定位数据功能,人们可以很方便地了解某部影片在附近或喜欢的影院的排片表,通过语音或手指在空中的滑动就可以把票给买了。

中国影院的设施质量如CINITY标准毫无疑问地占据了全世界的顶峰。世界级的导演如卡梅隆、诺兰等不仅多次赞扬中国影院的设施设备,也以身作则拍摄“影院专供”影片。即这些影片只能在影院中获得最佳体验,而且这些影片数月后才有可能上流媒体平台。因此,加上社交属性,影院作为一种观影和社交形式在很长时间内是不会被淘汰的。

疫情过后,百废待举。挑战与机遇共存,让我们共同努力!
(作者为卢米埃影业公司董事长兼总经理)



广东电影培训班聚焦“从文学到电影”主题: 以新观念探讨不同艺术形式的转换与融合

本报讯 为落实全国电影工作会议精神,促进广东电影高质量发展,广东电影界日前在深圳举办“从文学到电影——全省电影编导与制片人培训班”,探讨有关改编电影的一些热门话题,两种艺术形式的不同个性(文学形象与视听形象的差异),以及两种艺术形式的共性(如怎样讲故事,“故事的创意与生成”就是小说与电影的交叉点),两种艺术形式巧妙融合之后,如何熔铸成一种“1+1>2”的综合艺术,既有很高的文学性,又有很强的声画表现力。

本次培训班为期三天,由广东省电影局主办,广东省电影行业协会承办,花城文学院协办,省内100名电影编导与制片人参加了培训。

华南农业大学党委书记、南方科技大学全球城市文明典范研究院院长李凤亮以“文化创新助推文化自信自强”的角度,建议学员们在制作电影时提炼一个文化落脚点。每个城市在发展文化产业时都会选取或创造一个文化特点来发力,每部电影同样可以找到一个自身的文化特点,从而提升影片的文化价值。

中山大学教授、博士生导师陈林侠从电影与文学的本体观念出发,选取《乡民》(改编贾平凹的《腊月正月》)、《大红灯笼高高挂》(改编苏童的《妻妾成群》)、《让子弹飞》(改编马识途的《夜谈十记》)等案例,分析、总结电影改编的缘由、途径、类型及其成功的因素。

科幻作家、南方科技大学教授吴岩结合《流浪地球》等作品,谈科幻创作的要点以及从小说向电影转换的过程中可能存在的问题。他说,科幻小说跟科幻电影有紧密联系,新世纪科幻小说的繁荣也促进了科幻电影的发展。但科幻创作是非常专业化的领地,没有充分的热情,深度的类型掌握,是无法正确进入创作状态的。



暨南大学艺术学院/珠江电影学院院长李学武聚焦于科幻、奇幻电影世界观设定的方法与技巧。她从三个方面作阐述,首先是世界观的层次,其次是世界观设定的基本原则,最后给出设定的五个技巧,并带领学员一起进行“头脑风暴”的创作练习。

小说家、影视编剧海飞强调,如何构架故事和切入角度,以及主题的确立,是创作的重中之重。创作者眼中的剧本和观众眼里的电影,出发点和审美视角,都是不一样的。如何共情,是一个新的创作课题。

知名网络作家、国家一级作家阿菩介绍了网络文学改编为影视作品的优势:网络文学有完整的世界观设定、人物角色、故事结构,比许多原创的影视剧本更具有文学的完整性。同时,网络文学的迭代速度是传统文学的几倍,因此更容易产生适合改编成电影、电视剧的成熟作品。

文学创作一级作家、戏剧及影视编剧庞贝指出,现在电影业在商业化的路上一路狂奔,很必要再重申“电影美学”的概念。即电影是什么?电影是不是艺术?电影是否有文学性?他从资本、票房、制作,观众四个方面与学员们分析了

电影生态现状。他以英格玛·伯格曼为例,探讨了“多元化之可能:世界电影大视野中的文学作品改编”,以及“‘作家电影’的成本与成就”等话题,并以《红高粱》等为例,探讨新时期中国题材电影的文学性。

中山大学中文系副教授、创意写作教研室主任王威廉举例分析电影中蕴含的地域文化,如风景、方言等。他说,电影作为一门以叙事为主体的艺术形式,其主要内容是讲述特定时间、特定地域的社会生活,本身就蕴涵一种特定的文化,这种文化是电影文学性的一种体现。

小说改编电影,也可以借鉴翻拍老电影的成功经验。广东省电影行业协会秘书长郑大卫分析了影史上多部电影被改编和“致敬”的案例,如《阿凡达》和《风中奇缘》、《荒野大镖客》和《用心棒》,新旧版的《你逃我也逃》《西区故事》等。他认为,并非每一部电影剧本都必须是原创,改编他人的作品,只要改编得好,也可以成为富有新意的佳作。

学员们认为,本次培训班探讨文学性和电影化如何交融,文化品位高,实用价值也高,有利于广东电影拓宽题材领域,丰富电影的表现力。(岳颖)

浙江义乌市举办迎亚运百部体育电影展映活动

本报讯 由浙江省委宣传部、省电影局、金华市委宣传部主办,义乌市文化和广电旅游体育局、义乌市新农村数字电影院线有限公司承办“迎亚运盛会 赴光影之约”百部体育电影展映活动日前在义乌市全面启动。

夜幕降临,北苑街道莲塘公园固定电影放映点已经坐满了前来观影的群众。随着银幕上传出的“快,速度,传球……”一个篮球训练的片段,影片《小小足球队》拉开了展映活动的帷幕。电影讲述了一位篮球教练员父亲为了收服自己热爱足球的儿子,不惜辞去在北京高中篮球教练的职位来到乡下农村担任一名足球教练的故事,这部体育电影不仅展现了体育文化的精神内涵,还呈现了浓浓的父子亲情,很激励人也很感动人。

本次展映的百部体育电影种类丰富多彩,包括了喜剧、剧情以及动画片等,既有《女篮五号》《冰上姐妹》等经典电影,也有《超越》《夺冠》等新片力作,通过展现电



影人物在训练过程中的勤奋、刻苦的体育精神,从而激励人们为了求美好生活而顽强拼搏、不懈奋斗。

本次体育电影展映活动持续至9月,百部体育题材电影将走进义乌市农村、社

区、企业、学校、工地等场所,传播亚运知识,提振民族精神,展现时代风采,弘扬体育精神、促进全民运动,进一步浓厚喜迎亚运的氛围,为杭州亚运会预热助力。(陈荣植)

聚焦影视产业发展 赋能产教融合升级 ——厦门影视产业沙龙(城院站)举办

本报讯 厦门影视产业沙龙(城院站)日前在厦门城市职业学院举办。厦门市委宣传部电影处三级调研员卓黎黎、思明区文旅局代表庄瑜、林芊芊,厦门鼓浪屿文化旅游发展有限公司、恒业影业、倍视传媒等17家知名影视企业的负责人,政校企深入探讨厦门影视产业人才供给侧结构性改革的现状和发展,共同推动校企合作创新模式。厦门城市职业学院校长唐宁、产教融合促进处、影视动画学院党政负责人及师生代表参加。

唐宁介绍了厦门城市职业学院、影视动画学院、中国微电影研究中心的基本情况,以及近年来在影视人才培养上取得的成绩,表示作为厦门影视产业战略联盟的高校代表之一,希望能够创新构建出推进产学研深度融合的校企合作新模式。卓黎黎表示,作为政府部门,将牢记服务行业发展的使命,深入一线听取行业的真实想法,挖掘大家的真正需求,灵活发展、拓宽思路,将各类政策落实到位,在金鸡电影节的影响带动下,抓住机遇,促进厦门影视行业的腾飞。

厦门鼓浪屿文化旅游发展有限公司总经理吕木成介绍了公司发展概况及主要涉及的业务领域,表示期待与厦门城市职业学院进行人才培养方面的交流与合



产教融合实训基地授牌

作。厦门恒业影业有限公司总经理张国荣是厦门影视产业战略联盟的发起人之一,他表示,影视行业的发展离不开所有成员单位的共同努力,也离不开前辈带来的创意和灵感,期待学校带来的新鲜力量充实影视行业的后备军队伍。倍视(厦门)文化发展有限公司总经理谢宁表示,要进一步加强调研,在各类经验基础之上进行产学研的有机升级、协调发展,找到一条真正适合企业和学校共赢的模式,多方探索,一校一案。

为促进产教融合,推动校企合作,厦门城市职业学院为厦门鼓浪屿文化旅游发展有限公司、恒业影业、倍视传媒等三家合作企业授予“产教融合实训基地”,进一步巩固行业联盟发展的成效,将合作、发展、共赢、对话的思路延续到未来诸多具体可落地的项目之中,提供更多实习及就业机会,共同期待激发厦门影视行业产学研用的活力,赋能厦门乃至中国影视产业的可持续发展。

(文/罗艺漫 图/林志洋 陈俊言)