

## 电影《生生不息》: 唱响生命力奔涌的绿色长歌



本报讯 由内蒙古电影集团、内蒙古伊禾影视文化有限责任公司、乌审旗独贵龙文化旅游有限公司、内蒙古鄂尔多斯电力冶金集团股份有限公司出品，内蒙古电影家协会名誉主席、中国电影家协会摄影工作委员会副会长伊·呼和执导，黄丹、徐粟影、肖睿编剧，伊日贵、巴德玛、安格尔、敖特根、卓拉主演的电影《生生不息》，不久前参加了2025中国金鸡百花电影节“多彩中华”民族题材电影展，有望明年初正式上映。

该片改编自青年作家肖睿的同名长篇小说，历时八年筹备制作，主要讲述了一个普通的蒙古族家庭三代人建设绿色家园、让沙漠披上绿装的动人故事，反映了乌审人守护生态文明、实践绿色崛起的精神追求，以及生态脆弱地区人民对绿色生态的渴望。

伊·呼和之前拍过电视连续剧《鄂尔多斯情歌》、电视电影《风中的胡杨》，电影《生生不息》是他拍摄生态题材的第三部作品。编剧黄丹亲自到毛乌素实地采风，创作出剧本，

2019年获得夏衍杯优秀电影剧本奖。因为疫情，影片断断续续用了两年时间拍摄，基于纪实风格创作理念，力求拍出荒漠草原的冬、春、夏三季，来完成这部电影主题思想和影像美学观念和谐统一的追求。

影片的跨度非常长，达60年左右，还原了20世纪六七十年代公社小镇中，供销社、医院、街道等相关场景。伊·呼和带领主创在主场景拍摄地杭锦旗一个偏远的地方，找到了一处废弃的人民公社遗址，那里有当时没被拆掉的一些残垣断壁、废弃的供销社、街道等，“我们如获至宝，进行了重新整理、加工、修缮，再加上后期三维动画的修饰和完善，最后达到符合剧情拍摄的要求”。

值得一提的是，摄制组冒着疫情反复的风险，三次进入沙漠拍摄。

为此，分为三个阶段拍摄，各种器材按三次拍摄的特殊性来签定。制片人杨根和说：“比如我们第一次拍冬景的摄影师，聘请的是长影的任嘉臻，虽然他把第一阶段拍摄完成了，但在第二阶段开拍时，长春的疫

## 文化惠民新样板 ——2025年成都“公益电影进影院”活动收官

“零距离”接触。

在中影、华夏、大麦、猫眼等电影企业的支持下，一批口碑与票房俱佳的影片通过公益渠道与市民见面。2025年国产电影票房前十的《浪浪山小妖怪》《捕风追影》（截至2025年12月8日，据灯塔数据）以及《营救飞虎》《飞驰人生2》《热辣滚烫》等热门佳作轮番上映，以高品质助力活动高质量开展。在放映端，太平洋院线、万达影城、保利万和影城、CGV影城、成影国际影城等商业影院积极响应惠民号召，通过其成熟的社区网络成为连接文化服务与群众的重要桥梁，不断延伸惠民服务的覆盖面。

活动的另一项创新，在于将策展理念深度植入公共文化服务，精心策划主题展映单元。从展现国家情怀的“礼赞山河”迎国庆主题展，

到展现本土创作实力的“成都造”电影特别展，再到冬日暖心的“热爱回响”主题展，“公益电影进影院”活动形成了思想性、艺术性与观赏性并重的内容矩阵，更让观影充满了代入感与仪式感。尤其是《阳光俱乐部》《带你回家》《山河为证》《八角笼中》等一批成都制作、成都出品或成都取景的电影，让更多本地观众在感受城市温度的同时，共享成都影视产业的发展成果。

走进影院欣赏公益电影早已成为成都市民文化生活的一部分，也是展示城市万千气象的文化纽带。当公共文化服务扎根人民需求、拥抱时代创新，就能绽放出持久而动人的生命力，谱写出一份温暖而厚重的民生答卷。

（姬政鹏）



## 《阿凡达3》导演詹姆斯·卡梅隆： 技术不应让艺术牺牲

本报讯（记者 姬政鹏）进口影片《阿凡达3》将于12月19日在国内上映。日前，该片导演詹姆斯·卡梅隆在第七届海南岛国际电影节期间举办大师班，与到场观众分享《阿凡达》系列的精神内核和技术探索，以及在观看习惯快速改变的时代，自己对电影创作的思考和坚守。

“阿凡达”系列至今已经16年，在全球市场收获大批拥趸，该系列前两部在中国市场都收获了超过17亿元的票房成绩。在卡梅隆眼中，《阿凡达》所探讨的是那些在不同时代、不同文明中始终不变的价值观，人的生存境况、家庭纽带、勇气，为家庭和所属社群所应当肩负的责任等历久弥新的话题，普遍存在于各个国家和文明的共性之中，“我们知道，第一部《阿凡达》的成功是全球性的，获得了许多市场的票房第一。例如它在中国就获得了巨大的成功，但我们既没有来自中国的演员，也没有探讨来自中国的话题，但它探讨的却是那些我们共同关心的东西——人性，人类的情感，我们如何面对被赋予的身份，我们如何与家庭、与社会融为一体。”

从《阿凡达3》的剧本开始写作至今已近10年，距电影开始制作至今已有8年。其间电影摄制技术发生了不小的变化。卡梅隆表达了自己对《阿凡达》系列技术突破之路的认可。他表示，“在《阿凡达2》开拍之前，我们花了差不多五年时间和大量的成本，彻底改进了我们的制作技术，这是一项极具创新性的工作，而从《阿凡达2》到《阿凡达3》，我们的技术又取得了一定程度的进步。”

卡梅隆认为，动作捕捉技术的最新发展，让演员能够以更加自然的状态进行表演：“我对演员们说，你们不需要因为是在拍摄就去刻意地夸张，你们的表演要尽可能地贴近自然，而我们的技术会像显微镜一样捕捉到你们身体和表情的变化细节，甚至是



那些你们自己都意识不到的细节。

从演员的角度来说，他们的感受是，可以更加真诚、真实地表演，能够全身心沉浸在角色当中，让这些角色能够像在现实里一样彼此互动，而不是刻意地‘演’给观众看。”

在《阿凡达3》和《阿凡达2》中使用的动作捕捉技术，被卡梅隆视为“阿凡达”系列的秘密武器。他说：“因为它让观众和角色近距离对视，我们能够看见角色的表情，看见角色的幽默、痛苦和爱。我们不只是看到他们在用嘴巴说话，而是看到他们的眼神。我觉得这极大地拉近了观众和角色之间的距离，比我们过往所能够做到的要近得多。”

但在谈及流媒体和生成式AI时，卡梅隆显得相当谨慎，他认为，技术的发展不应限制艺术创造和呈现。

“我对生成式AI完全不感兴趣，它永远替代不了人类创作。”卡梅隆直言，AI的核心局限在于只能复制已有作品，却无法创造出“我们不曾见过的东西”。“AI能做出一部跟《阿凡达》差不多的电影，但在《阿凡达》上映前，它是做不出来的”。而花了整整一年半来做《阿凡达》第二、第三部动作捕捉的卡梅隆，也不认为AI能够取代演员的表演。“以前演员需要用特效化妆去打造角色，现在可以用CG

了，但是仍然需要演员表演。”

“我永远不会让AI取代真人演员，我享受跟他们一起工作。”卡梅隆认为，演员在表演中融入了自己的人生经历，这种经历AI无法取代，“那些他们曾感受过的喜悦、伤痛和爱，所有他们历经的种种，如今都已编织成一件无比精妙的作品。”而对于生成式AI，他说，“如果你试图使用一个基于所有过往研究成果进行训练的模型，它怎么可能真正打动人心呢？”

2010年《阿凡达》的横空出世，带火了3D电影，也重构了影院观影的体验。在这个时代，卡梅隆希望《阿凡达3》能吸引观众再次走进电影院。

在谈及未来的创作时，他表示，“我想继续拍摄那些至少应首先在电影院上映的电影。”他坦言，流媒体、短视频的崛起使得大家很少涉足电影院，“但宅家观影很容易遥控暂停、快进、倒放，甚至中途和朋友聊天，这种观影是非常碎片化的。”他补充道，“在短视频主导的当下，我们的注意力被不断切割，但影院为我们保留了深度沉浸的可能。”

在卡梅隆看来，远离手机、一片黑暗的放映厅能让人的感官变得敏锐，“你的大脑运转得更多了，它更活跃了，你看到了那些你原本看不见的东西。”

## 万达电影战略投资“拍立方” 布局影像社交消费新场景



本报讯 日前，万达电影宣布，已完成对广州方图科技有限公司旗下智能自拍互动娱乐品牌“拍立方”的战略投资。双方将共同探索并定义“影像社交新生活”这一新兴消费场景，此举标志着万达电影“超级娱乐空间”战略的深化与延伸。据悉，拍立方将于2026年春节前完成在全国万达影城的首批设备集中入驻。这意味着，万达电影致力推动的超级娱乐体验价值，正从“观影”“度过一段时光”，进一步升级，为观众创造“一段可带走的快乐体验”。

研究显示，自助影像在全球已形成规模超千亿元人民币的巨大市场。拍立方作为自助影像领域的创新引领者，其“大头贴+IP经济”模式已得到市场充分验证。自2020年6月运营以来，其业务覆盖全国超160个城市，设备投放量逾千台，累计服务人次突破1000万。仅2025年，拍立方便落地超过160家IP主题快闪及明星巡演联动，展现出强大的

品牌号召力和运营实力。该模式的巨大潜力已在韩国等成熟市场得到印证，以“人生四格(Life4Cuts)”为代表的照相亭业态通过与流行文化、粉丝经济深度绑定，已发展成规模化产业，成功激发了年轻客群的高频次消费与自发传播。此外，拍立方已获得公安部网络安全等级保护第三级认证，为用户数据安全提供高标准保障。

基于此，万达电影通过与拍立方的资本与生态绑定，实现了真正的“赛道占先”。业内分析指出，万达电影是业内首家以战略投资方式，与线下影像社交头部平台达成深度生态融合的全产业链公司。

据悉，拍立方将于2026年春节前完成在全国万达影城的首批设备集中入驻，融合万达电影的电影基因、明星艺人、潮玩IP等资源优势，并将逐步覆盖万达电影旗下700多家直营影城。届时观众可体验丰富而独特的拍摄主题场景、影城专属票根、彩蛋海报等趣味互动玩法。同时，其高

流量场景覆盖能力正加速拓展，在上海，首批投放的80余台设备已覆盖重要交通枢纽，预计这将带来日均百万级曝光。未来，双方将共同推进设备在一、二线城市核心商圈、特色文化街区及海外市场的布局，持续绘制覆盖多元娱乐消费场景的全景式蓝图。

过去一年，万达电影已先后开展了一系列头部IP联名活动，通过独特的电影基因打造超级场景，成功吸引大批年轻人走进影院“度过一段时光”。如今，随着拍立方设备的全面入驻，万达电影将超越“观影”与“停留”，为观众提供将快乐实体化、可带走的全新体验。

万达电影董事长兼总裁陈址希表示，万达电影将深化“超级娱乐空间”战略，持续引入大头贴机等互动设施，为Z世代打造沉浸式体验与社交价值，丰富超级娱乐空间生态，让用户不仅收获精彩内容，更能连贯生活场景中持续获得“情绪价值补给”。

（姬政鹏）