

# 上影集团党委书记、董事长王隽： 坚信笃行铸精品，勇立潮头谱新篇

智慧较量的类型片。由上影集团与壹同制作共同开发打造，导演陈思诚，计划明年上映；电影《密档》以纪实还原性手法，讲述守护我党绝密档案的故事，是隐秘在上海石库门里的暗战传奇，导演郑大圣，影片不久将与观众见面；戏曲电影《大唐贵妃》将梅派京剧古典美的神韵与现代审美特质相结合，并以AI特效技术赋能制作，计划年内与观众见面；首部彩色水墨动画长片《斑羚飞渡》致敬生命自然，目前在后期制作中，明年上映；视效大片《雪龙号》以极地救援为背景，展现人类命运共同体的核心主题，导演张末、编剧许渌洋，目前在剧本创作中。同时，我们也通过上影“鲲鹏计划”面向全国乃至全球引进一批在导演、编剧、技术等领域具有较大影响力的领军人才，发挥好“头雁效应”，强化创作复合型人才의 引育。无论何种题材，我们都坚持以光影观照现实，以故事传递温度，让每一部好电影，都成为观众的一次精神旅行。

## 二、以数智技术为翼，用新质生产力赋能创制

尽管AIGC等智能技术深刻影响着影视生产方式，但影视作品的立身之本从未改变。真实动人的故事，是人民的精神刚需，只要人在、灵魂在、创意在、故事在，情感在，观众自然就会在。

近两年，上影依托吴淞智慧产业社区，以“基地+基金”“艺术+技术”等方式集聚50余家技术创新类影视企业，建成影视专属算力池与数字资产库，累计产出80余部新型影视作品。全流程AI原生互动剧《全球冰封》已于本月初上线，国内首部超百分钟AIGC拟真人剧集《灵探》续作、经典IP改编项目等13部AIGC精品短剧计划也正稳步推进，6月中旬AI创制生态大会将在上海吴淞基地召开，来自全球互动内容创作、影视游戏、技术研发等领域的专业人士将汇聚一堂，欢迎大家一同关注和参与。与此同时，上影持续深耕4K修复、LED影屏、XR虚拟影院等多元技术领域。我们坚持科技向善、创意为本，让新技术成为讲好中国故事的强劲羽翼。

## 三、以精准宣发为桥，用全链路协同突破档期局限

如果说优质内容是产业发展的根基，那么精准宣发便是触达观众的关键通路。当前行业面临“抢档期、拼流量”的内卷状态，档期冷热分化、资源分配失衡。我们始终坚信，优质影片本身就是最好的硬通货。

我们不断提升影院、媒体矩阵、数据平台的资源融合能力，打造映前宣传、映中联动的营销落地、数据反馈的一体化全链路协同机制，实现有节奏、大影响、高转化的宣推发行。《浪浪山小妖怪》在常规宣发渠道外，重点联动多领域头部品牌、线下场景及大众消费渠道，使影片大众认知度与市场热度同步提升，高效触达了潜在观影人群，上映后票房逆跌14次，打破国产二维动画票房纪录；电影《菜肉馄饨》则深耕长三角市场，与餐饮、服饰老字号联动，下沉社区菜场、贴近银发人群，以0.7%的排片撬动24%的上座率，拿下上海市场20%的票房。印证了精准滴灌、靶向触达，有助于优质作品在档期中“脱颖而出”。未来，我们将持续根据不同影片的类型特点，精准施策，践行“一片一策”差异化发行策略，做深做透目标市场。

## 四、以IP运营为链，用产业化思维深耕电影经济

电影经济既是内容经济，也是产业经济。上影探索搭建IP全生命周期运营体系，挖掘其长效价值，让电影成为助推文旅旅体展深度融合，激活城市消费动能的核心要素，充分释放优质影视产品的商业潜能。

一方面，我们活化经典IP，让经典焕发新动能。上美影“大闹天宫XR沉浸式体验展”计划近期启幕，以XR技术让孙悟空这个“国民IP”可触可感；“葫芦兄弟”主题的烟花无人机表演秀呼应了“哪咤”等系列IP的焕新表达，成为上海宝山滨江“假日景观”。充满经典上美影动漫IP的上美影泡泡米乐园成为节假日亲子共享的“乐园”，带动商场人流与消费双双增长。另一方面，我们持续孵化原创IP，实现长效“破圈”。沉浸式戏剧《新世界：破笼之宴》连续22个月满座、复利率超80%，六成观众来自上海以外，成为上海文旅标杆，以此为起点，我们创作了同一世界观的全球首款双人互动影游《新世界：暗影成双》，相继在电脑端和移动端内测，形成“线下导流、线上反哺”的闭环。《新世界：破笼之宴》2.0版6月12日将登陆上海影视乐园，VR电影也同步创作中。我们相信，票房是电影的起点，拉长产业链条，放大IP价值，方能让电影经济更具活力。

我们将以高质量发展的确定性应对市场的不确定性，锚定电影高质量发展方向，坚守创作初心、遵循市场规律、深耕产业发展、拥抱科技变革，为建设文化强国、电影强国持续贡献上影力量！

一是坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，遵循习近平文化思想，坚守政治导向、承担社会责任的担当不变；二是作为中国电影主力军的定位和推动上海电影、中国电影发展的信心不变；三是上影进一步振兴上海电影、推出人民喜爱的好电影、必看电影的目标不变。

今年是实施“十五五”规划的开局之年。站在新起点，上影将坚持以高质量发展为引领，以“两个效益”统一为根本，实施“一核心、两重点”的事业产业布局，即锚定内容创作生产核心主业，一手抓影视技术数智革新，探索“未来片场”的新型生产方式；一手抓“电影经济”多元发展，推动产业价值全域释放。

上影全力推动影视内容创制生态建设，以全链思维，积极构建健康、可持续的内容创制生态。聚焦大作品、精美作品、新型作品，传承“中国动画学派”，奋力打造彰显“红色底色，海派特色，时代亮色”的新精品、新经典。下面，我将从四个方面分享上影在破局拓新上的一些体会和未来计划。

## 一、以原创精品为源，用真诚的故事打动观众

上影始终围绕“以人民为中心”的理念，深耕有温度、有质感、能共情的原创作品。未来五年，我们储备了20多个题材多元、类型多样的影视项目。

其中，《千里江山图》已于今年4月26日开机。影片由荣获“五个一工程”奖的原著小说改编。是一个讲述信念坚守与顶级

# 《镖人：风起大漠》编剧俞白眉： 银幕传国风，光影铸侠魂

很荣幸作为《镖人：风起大漠》的主创代表，和大家分享我们在剧本、筹备、拍摄到全球上映整个过程中的创作心得，以及我们创作团队立足本土IP、深耕东方文化、走向世界舞台的一些实践与思考。

## 一、扎根本土IP，延续武侠文脉

这次创作很特殊的一点，在于它既是武侠片，也是一部漫画改编电影。

《镖人》原著是一部在国内外都非常有影响力的中国本土漫画作品。连载超过十年，更新了一百多回，无论在时间还是空间上都非常辽阔。如何守住原著精神，把原著的群像和名场面压缩到一个标准武侠片结构里，是我们改编的最大难度。

在改编过程中，我们充分践行了扎根原著、深挖传统文化内核、溯源类型文脉的创作原则。我们很可能是历史上出场人物最多的武侠片，有名有姓的角色超过30个。创作时大家很挠头，经历了无数次非常艰难的取舍。

每一场戏对我们来说都是一次思考：面对如此巨大丰富的武侠经典传统宝库，我们怎么才能在创作中切实做到古为今用、推陈出新，在创造性转化和创新性发展中赓续中华类型文脉。

比如，我们请到李连杰来饰演常贵人，原著常贵人是小贼恶霸的定性就无法满足观众的期待了。李连杰是几代人的功夫偶像，创造过很多深入人心的时代经典武侠形象，我们就把常贵人改为隐匿于小贼、看尽世事的元老。刀马和双头蛇联手对常贵人是原著的名场面，这一场戏里戏外、台词和动作我们都加入了很多传统经典武侠片的灵感、细节和结构呼应。上映后，我们也很开心看到大量观众反馈，这些深埋在我们文化基因里的创作设计，再次唤起了大家对武侠经典的热血和激情。

传统武侠片的第一特征是从头打到尾。这就要求我们的文戏和武戏要高度融合。片中不仅要打得非常精彩，酣畅淋漓，更要把所有文戏放到武戏里边去讲。比如从阿育娅看到自己父亲的人头开始，一直到土沙暴结束，是一段长达20多分钟的打戏。期间先后出现20多个人物。所有人的文戏呈现，包括情感的递进、人物的转变，全部是在动作里完成。

这也是一次深度的对传统武侠类型的学习过程。要把历经沧桑留下的中华文明瑰宝呵护好、弘扬好、发展好，延续武侠文脉。越深入创作，越感责任在肩。

我是一名土生土长的广东创作者。我在潮汕长大，在深圳工作，近十年来，一直在深耕本土电影创作，专注打磨小而美的广东本土方言电影。从2017年至今，陆续完成了“潮汕家庭三部曲”——《爸我一定行的》《带你去见我妈》《给阿嬷的情书》三部作品。

十年深耕，我们始终以微小视角为切口，深耕广东本土故事，努力在广阔的电影市场中，找到了属于本土方言创作的生态位，收获了一批认可我们的观众。尤其今年五一档，我们的第三部作品《给阿嬷的情书》正式登陆院线，不仅收获了广东本土观众的共情共鸣，更赢得了全国广大观众的喜爱与认可，非常欣喜。

我们也深刻体会到，精耕细作、扎根生活的诚意之作，从不会被市场辜负，纯粹、真实、有温度的本土故事，永远拥有打动人心的力量。今天，我也结合十年来的创作经历，和各位同仁分享我们始终坚守的创作理念。

## 一、扎根生活、求真务实，以真实底色筑牢作品生命力

真实，是我们始终恪守的第一创作准则。我们始终坚信，好的故事从不是凭空虚构、刻意雕琢，而是源于生活、源于真实、源于普通人的情感肌理，这一理念贯穿了我们创作的全过程。

前两部作品《爸我一定行的》《带你去见我妈》，故事内核、人物细节，全部取材于我们真实的生活体验，源自从小到大大与父母朝

夕相处的点滴日常。影片中每一段亲情对话、每一个生活场景，都是我们亲身经历、真切感知的。

## 二、寻找现代主题，赋予传统文化新时代生命力

《镖人》最初剪辑时长有150分钟，最后为了适应市场，在上映前剪到了126分钟。这是一个很难取舍的过程，我们都很心疼。漫画原著篇幅浩瀚，并不是一个天生的两小时戏剧结构。其主题也相对复杂，而且每个章节都有不同的主题表达。改编时我们另一个很重要考虑的是确定影片的主题，怎么讲出它的现代性。

如果只谈论武侠，它和现在年轻观众其实是有一定距离的。我们需要找到具有现代性的主题来实现与当下的关联，避免因为主题空洞而变成一个“假面舞会”。

这几年科技进步带来了更多深刻的变化，人们对未来感到越来越多的不确定性。我们的主题便是从“不确定性”开始，着眼于人，落脚于人，最后凝练出一个简洁的，适合武侠片的表达——对自由的追求。

我们可以让人物丰满，但必须让故事极其简单、极其鲜明，于是决定以刀马护送知世郎作为故事陪的一句话主轴，而核心主题是如何守护莫家集、守护自由。我们也讲“侠以武犯禁”“对武道的坚守”等，但更重要的是守护“每一个体的自由。为此我们拉出一条隐藏在整部故事里的文化线索，将片中每一个角色和自由的关系重新做了解读，交给观众一把打开主题的钥匙，赋予传统文化新时代的生命力。

此外，本世纪以来，女性角色在各个类型的电影表达中都越来越重要，这恰巧是过去传统武侠片里相对比较薄弱的地方。这次得益于原著基础，我们在创作之初就对女性角色高度重视。

虽然片中以刀马为故事一号人物，但整部戏中最大的成长内核落在阿育娅身上。除了阿育娅之外，我们还努力打造了女性的戏剧群像：有手上戴着镣铐却精神自由，整个电影中所有角色的精神导师——燕子娘，有与阿育娅有着深厚姐妹情的阿妮，以及厨迟大姐、魏知、佩乌蜜儿等等。在女性角色的现代性表达上，我们也在过去类型基础上做到了一些不一样的地方。观众的普遍反馈也体现了这一点。

影视作品作为大众喜爱、传播最广泛的文艺形式之一，肩负着传承华夏文脉、弘扬民族精神、讲好中国故事的重大使命。

袁和平导演这一代前辈用四五十年时间，把武侠片这片土壤犁熟了，结出了非常多享誉世界的果实。这次还能打出什么新花样？讲出什么新主题？我们也是一路边干边想，边干边摸索，硬着头皮走出一条把武侠片和现代电影语言相结合的路。

《给阿嬷的情书》导演蓝鸿春：

扎根生活求真求实 深耕传统雕琢精品

# 《给阿嬷的情书》导演蓝鸿春： 扎根生活求真求实 深耕传统雕琢精品

都说悬乎滤镜，饱食人间烟火，也让纯粹真诚的本土故事，能够跨越地域，打动人心。

如果说前两部作品是对自我生活的回望，那么第三部《给阿嬷的情书》，则是我们跳出个人生活圈层，对潮汕华侨历史、南洋奋斗岁月的深度探寻与真实复刻。这段历史远超我们的个人生活体验，为了坚守求真务实的创作底线，我们开启了一场漫长的溯源创作。

影片创作之前，我们团队就已经在海外，在东南亚，累计走访了300个海外华人家庭，倾听一代代华侨的人生故事，从无数华侨的生命经历中，打捞最鲜活、最真实的生活细节，积累海量真实创作素材，为整部影片筑牢故事根基。

剧本成型后，为了让影片的每一个情节、每一处细节、每一段景物都有据可查、有迹可循，我们又花了半年的时间，在海外调研考据。我们走进泰国电影资料馆，翻阅百年前的影像纪录片，还原时代场景；寻访泰国中文教育界的老华侨，收集华文旧报纸、早期华文小说等等。

小到百年前一张电影票的价格，三轮车从业的牌照规则，街头摊贩的生存细节，大到海外华文教育的艰难起步、隐秘办学的坚守传承、老一辈华侨的价值观与生活方式，所有细节我们逐一考据、一一核实。我们力求不杜撰历史、不虚构生活、不曲解情怀，让每一个镜头、每一段剧情，都扎根真实历史、源自真实人生。

十年创作我们始终坚守：真实是作品的生命线。求真务实，也让我们的每一部作品

都褪去悬浮滤镜，饱食人间烟火，也让纯粹真诚的本土故事，能够跨越地域，打动人心。

二、深耕传统、雕琢精品，以文化自信讲好本土中国故事

在十年的创作中，我们也始终笃定一个信念：越是本土的，越是民族的；越是传统的，越是世界的。方言、本土题材、传统文化，从来不是电影传播的壁垒，反而差异化的本土文化、独特的地域情怀、厚重的传统底蕴，是我们最珍贵、最独特的创作财富。

深耕广东本土、扎根潮汕文化，让我们拥有了坚定的本土文化自信。这份自信，让我们的创作拥有厚重的文化支撑、饱满的情感能量和鲜明的价值内核，也让我们的作品沉淀出独属于岭南、独属于潮汕的文化价值与情感价值。

我们始终以手艺人的心态从事电影创作，把自己定义为讲故事的手艺人。如同潮州木雕、刺绣技艺，静心沉气、久久为功。以匠心打磨细节、以时间沉淀作品、以初心雕琢精品。

未来，我们团队将继续坚守扎根生活、求真务实、深耕传统、雕琢精品的创作初心，持续深耕广东本土故事，深挖岭南文化内核，传承侨乡人文精神，继续打磨更多小而精、真而美、有温度、有底蕴的本土电影精品。我们也期待，通过持续的本土光影创作，让潮汕故事、岭南文化走出广东、走向全国、迈向世界，以微小光影传递传统文化力量，以真诚创作助力中国电影高质量发展！

从《火烧红莲寺》开始，武侠片已有近百年历史。在今天这个科技日新月异的快节奏时代，我们坚持用心做一部武侠片，是因为武侠片除了故事和主题之外，还有一个重要的元素，就是东方意境和东方美学。

漫画原作是完全发生在西域的故事，美术组一开始非常严谨地还原了五大部族的服饰。但西域的服饰从视觉上看，本质上是不够东方的。后来我们决定回归传统武侠，重新定义了整部戏的东方意境。

我们给莫家集的新定位是：中原文化行至西域的终点。这里是中原文化和西域文化的交汇地。我们达成共识，片中的西域是唐诗里的西域，是武侠里的西域，而不是考古学上的西域。

有观众发现了我们字幕采用的是黄庭坚的字体。这也是多次权衡后，在最后一天才做出的修改。最早使用的是隋朝的小楷，但怎么看都觉得它和武侠片的气质不一样。直到最后换上长枪大戟风范的黄庭坚字体，所有人看了都觉得这是对的。

经过实践我们发现，只要是属于我们文化基因内核的东西，在观众那儿就会有共鸣。西安路演时，我们主创在台上互动了20分钟，影厅角落有个五六岁的小孩拿着一根棍子，自己默默地打了20分钟。这件事让我想起小时候看《少林寺》，《少林寺》让当时很多年轻人了解到武术的魅力，武侠片的魅力。《镖人》也成功让现在的小孩子对武术产生了兴趣。武侠片的基因就这么一代一代传递了下去。

凭借极致的东方故事内核和美学表达，《镖人》也收获了亮眼的全球传播成果，以超过2.16亿美元全球票房登顶武侠片影史冠军，海外口碑得到“烂番茄”97%新鲜度超高好评；不仅在国内收获大批影迷认可，引发国风武侠观影热潮，更成功登陆欧美、东南亚等多个国家和地区主流院线与海外头部流媒体平台，走出国门走向世界，成为现象级文化输出作品。

以大漠光影铸东方风骨，用侠义故事续中华文脉。《镖人：风起大漠》的创作与传播，只是我们主创团队践行文化强国建设使命的一次小小尝试。希望在这个电影面临越来越多不确定性的时代，我们用真刀真枪、古法手搓的方式拍出的传统武侠片，能让武侠片的火种延续下去，高扬中华民族的文化主体性，让这张中国名片被全世界人民喜欢。

我们将继续以光影为笔，持续讲好更多有温度、有深度、有力量的东方故事，以精品影视为桥梁，加快构建中国叙事体系，用心、用情、用力推动中华优秀传统文化走向更广阔的世界。