2008年，中国电影的海外票房不到美国电影海外票房的3%

中国“大片”何时能成“大业”

本报记者 刘 阳

10月27日至30日，来自美国、德国、法国、英国等22个国家的100余位电影人，在北京新东安影城观看了60部中国最新国产影片。这已经是“北京放映”第十三次为中国电影“走出去”搭建起展示平台。

2008年，中国电影“走出去”成绩令人欣喜。当年生产的406部影片中，45部走向海外市场，并取得25.28亿美元的海外票房成绩，占国内总票房的40%左右。然而，这一海外票房成绩，仍不到同年美国电影海外票房的3%。

中国电影究竟该如何与海外市场对接呢？



戴继斌绘

- 合作拍片已成为中国电影“走出去”最主要的渠道
- 要成功进入海外市场，必须在题材的选择上有明确定位
- 学会更容易被观众接受的柔性表达，练就讲故事的本领
- 充分利用属于中国的品牌，带动电影对外贸易的规模化发展

降风险 扩份额
合拍片成“走出去”主力

非商业性展映、商业性输出、合作拍片、电影频道海外落地，是目前国产电影冲出国门、走向世界的四种途径。但国家广电总局电影局局长喇培康认为，中国电影只有通过企业营销进入海外主流院线，才能有效“走出去”。

业内人士普遍认为，合作拍片可以在更大范围内集中优秀资源，降低市场风险，扩大市场份额；同时，海外先进的电影理念和制作手段，也能大大提升中国电影的整体水平。

事实上，合作拍片也是全球电影产业发展的方向。以2004年为例，英国生产了132部影片，合拍片占64%；意大利生产96部影片，合拍片占40%；法国生产203部影片，合拍片占36%。而当年中国生产的212部影片中，合拍片仅占18%。2008年的406部影片中，这一比例不增反降，仅有10%。

与此同时，从2004年到2008年，中国合拍片在海外的单片收益不断增加。2008年中国电影海外票房收入的25.28亿美元中，合拍片收入所占份额高达95%。“这说明，中国电影要更好地‘走出去’，必须大力发展合拍片。”

然而，合拍片“怎样在文化认同、国家形象、审美需求等方面，尽量保有大陆的市场需求”，是必须面对和解决的问题。中国电影集团制片分公司总经理赵海城指出，境外投资方过分强调海外市场，境内投资方往往有所妥协，直接后果就是国内市场的巨大牺牲。

明确定位和题材
用柔性表达讲好故事

作为世界电影输出第一大国，美国近年来在海外取得最佳成绩的影片，主要集中在大制作的年代戏、超越现实的神幻题材，以及以“007”、蝙蝠侠、蜘蛛侠等为代表的类型片。对此，清华大学影视研究中心主任尹鸿建议，“要成功进入海外市场，题材选择要有明确定位。”

中国电影海外推广公司总经理周铁东也深有同感：“我们的电影在创作之初就必须找到明确的市场定位，主攻国内，还是锁定海外，这直接决定了题材和艺术表达方式的选择。”

美国南加州大学东亚研究中心主任骆思典也指出，为新中国成立60周年拍摄的献礼影片《建国大业》，尽管在中国大陆取得了有史以来国产影片的最高票房，但与全球范围内同期上映的《飞屋环游记》和《无耻混蛋》等影片相比，“票房成绩就不足挂齿了”。他说，“政治色彩过于浓厚，会削弱它的国际竞争力。”

2002年，《英雄》以2100万美元向米拉麦克斯公司售出在北美、拉美、英国、意大利、澳大利亚和非洲发行的版权，美方安排在2031块银幕上映，连续两周蝉联票房冠军，总票房达3525万美元，被美国媒体评价为“中国最成功的一次文化出口”。直至今天，武侠片仍是海外市场上表现最出彩的中国电影题材。“依靠武侠片打天下的格局，可能还要持续下去。”中国电影艺术研究中心副主任饶曙光说。

尹鸿认为，中国电影要让更多海外观众接受，还必须完成从“全功能电影、民族电影”到以娱乐功能为主的电影的整体升级。他将此称为中国电影从“1.0”时代向“2.0”时代的跨越。

“现在的观众不会主动花钱到电影院受教育，”他说，“观众希望在电影院中获得的是健康、轻松的娱乐。这要求我们必须学会更容易被观众接受的柔性表达，练就讲故事的本领。”

细分电影市场
科学营销助推海外掘金

科学营销人才和策略的缺乏，也是目前制约中国电影走向海外的瓶颈之一。不少海外买家提到过“类型定位不明确，影片包装粗放，字幕翻译不地道”等存在已久的问题。

“靠单片单打独斗进军海外难成气候，必须通过建立现代企业制度，将海外营销、发行纳入产业链加以重视。”尹鸿认为。

早在上世纪20年代，美国商业部内外贸易司便开始发表驻海外代表有关世界各国电影市场的调查，美国官方贸易报告《中国电影市场》专门研究了中国人的电影口味，确认“美国电影比任何其他国家的电影都受中国人的欢迎，中国人喜欢我们大多数电影结尾的‘永恒幸福’和‘邪不压正’。”

相比起来，中国电影界对海外市场的研究却相形见绌。饶曙光指出，在“走出去”之前，中国电影界必须对海外市场有深入调研，对不同文化背景和审美需求的地区进行细分。

2008年，在中国电影的海外票房中，美国市场的票房占到47.5%，成为中国电影的最大海外市场。但骆思典却提醒说，美国电影市场主要被好莱坞电影控制这一现状很难改变。2007年以后，中国电影就没进入过美国电影票房的前100名。

骆思典表示，中国电影目前已经拥有一些在国际上颇具知名度的导演和演员，如张艺谋、李安、陈凯歌、成龙、李连杰等，中国电影应该充分利用好这些资源，用属于中国的品牌带动电影对外贸易的规模化发展。

R 文化观察

守正创新加速『东学西渐』

二十世纪，西方『拿走』一千多册中国书；而今年十月，中国出版界亮相法兰克福书展，就带去一千三百余种书



王岳川
北京大学中文系教授

对于中国出版界来说，刚刚过去的10月，无疑是一件盛事——中国首次作为主宾国亮相于法兰克福书展，这是向世界展现中国文化软实力的契机。

想起了我曾做过的一项调查：20世纪从鲁迅的“文化拿来主义”开始，中国翻译输入了多少本西方书籍？答案是10.68万册。20世纪西方世界究竟翻译了多少本中国书籍？结论是1000多册。

十万对一千，差一百倍。如此文化“逆差”，让任何一个关心中国文化发展的人，都无法泰然处之。整个20世纪，我们曾对西方的哲学家、文学家、理论家、批评家大量介绍引进，而中国20世纪的大师和著名学者，却很少被西方人认真研究过。

所以，当中国携带着1300多种图书现身法兰克福书展时，文化引进与输出的“落差”在渐渐拉近，关心中国文化发展的人，又如何能平静？

文化是国家的生命线。一直以来的“西学东渐”，曾令东方精神世界意义失落，使中国文化身份模糊，进而使得中国思想的文化创新能力减弱。而中国文化输出的薄弱，直接导致国际社会对中国文化的隔膜、误读严重。

中央电视台做过一个节目，参与者为欧美等30多个中文台的台长和播音员，算得上是“中国通”。有一个题目是，孔子、苏东坡、鲁迅、李小龙，谁是中国的名人？多数答案：李小龙。另一道题：西施、杨贵妃、林黛玉、巩俐，谁的知名度最高？居然是巩俐。

这就是西方人心目中的中国形象。我们常常听到西方国家讨论中国时，一会儿是“第三世界”、“环境污染大国”等，一会儿是“中国崛起”、“中国威胁”，许多人也因此困惑。其实，撇开国际上某些人的偏见，恐怕还在于我们自己的文化身份不清。

好在很多人已意识到：我们的文化再也不能紧紧跟随西方文化走，只能守正创新。要建立在对中国经典精神的重释上，建立在对当代人生态价值的重新整合上。

我有一个文化输出的构想：能不能组织大规模翻译300本中国经典？日本自1985年以来，国家整体性就向海外翻译输出了500本重要著作，中国这方面尤其欠缺。能不能拍摄100集类似《发现中国》的电视片，向西方普通大众展示真实的中国形象？能不能建立“新西方”汉语文化学校，着力把文化艺术精神传授给西方留学生？能不能组建一个教授团，他们用流利的英语，就当代世界性前沿话题与西方人直接对话或讲演？等等。

发现东方与文化输出，是当今国际形势中重要的新文化战略。文化输出应该与文化创新并行。我们应该坚持“东西互动”的基本思路、中国立场的身份意识、和而不同的方法论原则。这个世界不可能按照西方意图一元而单维地发展，只能东西方共同开始文化价值与精神生态重建，减少东西方文化误读和冷战对抗，才能获得人类的多元并存与和谐共生。

（本报记者**吕绍刚**整理）

R 新语

瓷盘作画乐开颜



28日，上海宝山区。首届老年瓷绘教学成果展上，由老年大学学员创作的瓷盘画作品融入了世博元素，精彩纷呈，让人大开眼界。

图为老人们正在兴致勃勃观赏瓷盘画。

杨 毅摄

千余企业参加海峡两岸文博会

本报厦门10月29日电 （记者**蒋升阳**）29日，第二届海峡两岸文化产业博览交易会在厦门举行。

本届文博会共向1000多家企业、采购商发出邀请，前来参会的客商组团有56个。据悉，本届文博会再受台湾文化企业热捧，台湾地区参展展位达到385个，约占1146个总组展展位的1/3。目前，已签约项目73个，涉及金额77亿余元。

本届文博会由博览交易会、城市论坛等四大部分组成，设1个主展馆，8个分会场。展会期间，两岸的市（县）长、知名学者及业界名人将为海西文化产业发展谋划新思路，围绕海西城市群的文化创意产业发展策略、两岸文化创意产业园区的跨区域合作等议题进行研讨。

上海暴力视频事件：

参与者木然，旁观者起哄

本报记者 姜泓冰

10月27日晚，上海南湖职校二分校学生打人事件有了新进展。打人的熊某承认打人事实并认错；学校和市教委表示，将依照校规对打人者做出严肃处理，但不会开除；而被打女生也开始正常上学。

虽然教育部门呼吁网友给两个未成年人一点空间，不要过度关注，然而这一触目惊心的校园暴力事件造成的社会影响，显然还未散去。

事件回放 >>>
少年暴力视频惹公愤

10月23日起，一段约5分钟的手机视频在多个网站流传：在上海城区一条僻静弄堂里，一名身穿T恤的少女殴打另一名身穿白衣的少女，扇耳光、扯头发、踩踢，甚至助跑10米飞腿踢其后腰，被打者则表情木然，一群同龄人在旁起哄、用手机拍摄。

此段视频一出，引起网友愤怒。视频中被称为“熊姐”的打人女孩的姓名、学校、住址、电话、QQ号、博客地址等资料很快被“人肉搜索”。

经校方了解，打人事件发生在今年8月25日，事发地点为黄浦区，但具体原因仍不清楚。打人的熊某在躲避一天后，随同家长一起回校，向学校和教育部门认错。不过，让学校和教育部门为难的是，在最初的调查中，打人的熊某和被打的孙某都坚称当时只是“闹着玩”，是“游戏”；至于打人的具体原因，熊某否认是此前网上流传的“为了争男友”，被打女生则一直沉默，不愿多说。

更让人意外的是，在视频中表现得十分跋扈、有了“暴力熊”之名的熊某，在邻居、同学和老师看来，平时还算乖顺。在学校，熊某成绩一般，偶尔有旷课的情况，与同班同学交流不多。在她家居住的小区，有邻居反映，她进出很少说话，有时还会和大人打招呼。

专家说法 >>>
呼唤理性反思 不要简单宣泄

桑标（华东师范大学心理与认知学院副院长）：青少年的攻击性行为并不新鲜，只是网络时代有所放大，暴力程度有所升级。暴力视频事件与电影电视、网络游戏中过多渲染的暴力情节有关。青少年群体正处在喜欢学习、模仿的年龄段，会对暴力刺激的感知麻木，攻击他人时更易采取极端手段。

在很多校园暴力事件中，不论是众多围观学生放任暴力事件发生，还是用手机拍摄、上传视频，都显示出一些青少年是非观念的薄弱。在一些孩子看来，原本只在大片中看到的暴力场面，在现实中重现，更刺激，甚至值得炫耀。这种基本道德感、羞耻感的缺失，应该引起我们对应试教育制度的反思。

杨雄（上海社科院青少年研究所所长）：这起暴力事件不能简单归咎于“恶少”和家庭教育缺损。“90后”群体存在对他人缺乏理解、缺乏现实交往和沟通技能等特点，部分“90后”在追求个人价值最大化时，过于功利化，因而产生道德界限模糊不清、是非观念薄弱的现象。一些“90后”在网络和现实中的大胆行为已引来不少争议，令人匪夷所思。学校、家庭与社会必须重视和加强对“90后”青少年良好情感、综合素质的培养，为他们营造积极健康的成长环境。

杨永明（上海市青少年保护委员会办公室主任）：应当按照校纪校规严肃处理打人肇事者，但不应把她开除。这样的学生，特别需要进行心理干预和辅导。

尹后庆（上海市教委副主任）：不能将“熊姐”妖魔化。无论如何，她仍然是未成年人，需要教育和宽容、引导。网民和社会更多应该用教育者的目光来打量这件事，理性分析和反思，而不是简单地宣泄愤怒情绪。

记者旁白 >>>
暴力视频并非个别

一个老师和家长眼里算得上乖顺的孩子，为何在同龄人面前成了逞强斗狠的少女；成人看来触目惊心的暴力动作，少年仍称之为“游戏”；围观的少年没人阻拦，反而用起哄推波助澜；被打者似乎也没有任何求助的念头。如果不是有人拾到手机上传视频，这件事可能将石沉大海。事件中的种种反差，让人震惊。

暴力视频并非个别。在网络上搜索，这种校园暴力视频有数千条之多，且暴力程度愈演愈烈。仅在最近几个月，广州、西安等地都曾出现过集体殴打、扒光女生衣服拍照等恶性校园暴力事件，其视频广泛流传。

据共青团上海市委下属的12355青少年服务热线统计，今年3月至6月，关于青少年校园暴力事件的咨询就占了法律咨询的14%，被暴力侵犯的青少年集中在13岁至17岁，同学间口角升级、男女生恋爱纠纷和校园抢劫，是三个主要原因。

其实，绝大多数“90后”都是阳光向上的。但频发的校园暴力事件提醒我们，如何做好对网络环境下成长起来的独生子女一代的法律、道德教育和情感培育，是一个新的挑战。

专家呼吁制定《大运河保护条例》

据新华社南京10月29日电 （记者**孙彬**）正在江苏无锡举行的中国大运河文化遗产保护峰会上，国家文物局古建筑专家组组长罗哲文指出，大运河不能仅作为一般历史物质文化遗产保存。他建议应全线疏通大运河，发挥交通、水利、航运的作用，按照《长城保护条例》的标准，制定《大运河保护条例》。

军乐奏响南昌英雄城



本报南昌10月29日电 （记者**卞民德**）军乐齐鸣，英雄之火熊熊燃烧。28日上午，14支中外军乐团和3支艺术乐团亮相第三届中国·南昌国际军乐节。

开幕式上，近1500人组成的世界顶尖军乐队一起奏响中华人民共和国国歌，数万名南昌市民聚集在八一广场周围，高声唱和，场面蔚为壮观。

《什刹海》展北京风情



本报北京10月29日电 （记者**陈原**）北京舞台上又多了一部北京风情画卷《什刹海》。这部以功夫剧形式出现的舞台大戏将全面展现北京的风土人情，胡同、紫禁城、长城、什刹海、直至鸟巢、水立方，应有尽有。

在北京秦乐宫上演的这部旅游大戏将常年演出，戏中由熊猫、螳螂、虎、鹤、蛇、猴等形象表现中国功夫，充满时尚感。