

《火辣滚烫》海报。



出品方供图

2024年是奥运年，夏季奥运会将在法国举办，也有大量体育赛事将在海内外举行。

近日，一批体育视听作品乘势而上，与观众见面：以中国F1（世界一级方程式锦标赛）赛车手周冠宇成长故事为内容的纪录片《中国车手周冠宇》、讲述云南农村少女逆袭成长为足球“希望之星”的《屋顶足球》公映；以拳击运动为背景的故事片《火辣滚烫》继春节档取得票房佳绩后又在全网上线，引发

新一轮热潮；以蒙古族博克运动为题材的动画片《齐日迈》、以聋哑人参与极限运动为题材的纪录片《吹梦无踪》、以西藏墨脱组建民间足球队为背景的纪录片《刺向天空的矛》等纷纷亮相北京国际电影节……

日前，“HiShorts! 厦门短片周”与第十四届北京国际电影节合作举办北京国际体育电影周论坛，体育界、影视界和新媒体平台等方面的人士齐聚一堂，对体育视听作品的相关话题进行了研讨。

## 聚焦赛场 引发共鸣

# 优秀体育视听作品市场受欢迎

本报记者 苗春

### 银幕上的“能量棒”

经过艰苦磨炼的优秀运动员发挥着榜样的力量，体育电影讲述的感人故事能鼓励人们克服困难，追求梦想。在中国女子足球队原主教练水庆霞看来，体育运动是一种自我挑战，可以激活每个人身上的热血。现在越来越多的人积极参加体育活动，体育视听作品广受喜爱。

去年“HiShorts! 厦门短片周”最佳纪录短片《吹梦无踪》讲述聋哑女孩洋洋阳光向上、在极限运动中超越自我的故事，短片深深打动了奥运冠军王军霞，她认为故事“真实而震撼人心”。

去年“HiShorts! 厦门短片周”评委徐秋丽说，当时来自海内外的评委一致给予该片高分，认为其有亮点，“它告诉你：你也可以，如果你愿意”。

徐秋丽也是纪录电影《看不见的顶峰》的联合制片人。该片于去年10月公映，讲述一位中国盲人征服珠穆朗玛峰的故事。拍摄的数年过程中，摄制组和主人公克服了各种困难。“主人公有目标、有激情，曲折成就了他，而我们是花时间、用生命的陪伴换来同样激情满满的片子。”徐秋丽说。该片也受到海内外多个纪录片电影节的关注。

体育视听作品的主人公不少是女性、残障人士等，他们战胜自我，战胜所有的不可能，最后变成每个人理想中的强者。“对‘弱者’的戏剧性呈现让体育电影充满张力。”中国传媒大学副教授范小青说，“体育电影就是银幕上的‘能量棒’。”

### 挖掘故事闪光点

业内人士公认体育视听作品很难拍。观众可能已经通过直播看过体育赛事，甚至听过专家讲解；有些体育赛事有严格的版权规定，进行视听创作时不能随意采用比赛画面；运动场面的拍摄往往还需要特殊器材和专业技术。那么，体育影像作品究竟怎么拍、拍什么才能抓住观众呢？

近来，王军霞女儿跑步的短视频在网上很火，女孩跑姿矫健轻盈，海内外网友纷纷表示“东方神鹿有了传人”。不少论坛嘉宾认为，“东方神鹿”是一个很好的IP，建议王军霞改编成视听作品。王军霞表示，自己曾考虑过把这个IP做成动漫。“我小时候是怎么从山里成长起来的？厌倦、疲惫想放弃的时候，是怎么挺过来的？有人觉得跑步太艰苦，但确实有一批人包括我喜欢跑步，这是为什么？比赛过程中我们怎么做智慧和耐力并存？把这些点挖掘、表现出来，也许就能拍出很好的视听作品。”

中国足协副主席许基仁认为，大家往往看重比赛结果，但成绩背后的故事和运动员奋斗拼搏的过程更应该受到关注。新华社体育部在东京奥运会前曾拍了纪录片《追光》，选取7个运动项目加以表现，有意识地“不以金牌论英雄”，拍摄对象中有后来夺冠的中国男子乒乓球选手，也有不太可能在奥运会上取得好成绩的中国男子马拉松运动员，“他们都在为了梦想而拼搏，媒体应该把他们的感人事迹

都记录下来”。

水庆霞也赞同多拍一些运动员成绩背后的故事，“视听作品应该提供真实的场景和瞬间，哪怕是摔倒、惆怅。”她说，作品里的运动员应该有血有肉有信念。

2021年，咪咕视频经过不懈努力，修复了1957年上映的新中国第一部彩色体育故事片《女篮五号》，这部电影曾激励几代中国人热爱体育、追求梦想。如今，体育视听作品日益多元，不但有影视剧、综艺，也有动画、游戏、短视频等样式。过去几年，有两则短视频给许多体育迷留下深刻印象：一则是新冠疫情期间中国女足队员用手机拍摄的、在澳大利亚酒店走廊里练体能的影像，另一则是中国举重队队员李雯雯用手机记录她在北京、东京的生活和训练等。嘉宾们认为，用户自己创作并公开分享，已经成为当下体育视听作品制作和传播的趋势之一。

### 促进体育文化传播

今年春节期间，不少观众观看《火辣滚烫》后喜欢上了拳击运动，甚至有人一出影院就去拳击班报名。这一现象体现出电影和体育融合的魅力。

体育视听作品在体育文化传播中的意义不止于此。许基仁认为，体育视听作品可以帮助球员提升文化素质。“海内外有很多优秀体育电影、体育短视频，应该让青少年运动员多看看，通过润物细无声的方式，潜移默化地提高他们各方面的修养。”

体育视听作品也能提升体育IP的商业价值和文化影响力。Hive5体育短片节总监刘翼宇提供了国外在这方面的案例。比如F1赛事诞生在欧洲，为了开发美国市场，赛事主办方找奈飞公司拍摄了一部相关纪录片，面世后引发极大关注，不但给F1带来大批新观众，而且使赛事的媒体版权价格有了极大攀升。她认为，中国有很多优秀运动员、好的体育IP，可以做更多的视听产品开发。她透露，Hive5体育短片节主办方将每年拿出百万元资金，助推国产优秀体育短片生产。

在新媒体平台，体育视听作品可以发挥自身优势，集聚体育赛事、体育品牌、运动员等，实现资源共通，扩大影视作品的观众群，提升体育运动的参与者数量。咪咕视频内容运营中心总经理蔡天君介绍，《火辣滚烫》在新媒体平台上线，咪咕视频做电影首



王军霞（右）和女儿一起跑步。网络视频截图



《中国车手周冠宇》海报。

淘票票供图

发时，把女主角的勇敢拼搏和近期中国姑娘张伟丽、闫晓楠在世界终极格斗冠军赛上的表现融合推送，为影视作品和体育赛事找到了共同的精神内核，取得了出圈的传播效果。

### 触达观众心灵

《火辣滚烫》的海外票房目前已经超过700万美元；近年中国引进的外国体育电影《摔跤吧！爸爸》《绝杀慕尼黑》等也很受中国观众欢迎。体育和电影都具有全球影响力，能够跨越地域或者语言的障碍，引发不同文化背景观众的共鸣。

SMG五星体育传媒有限公司是《中国车手周冠宇》的出品方之一。总经理李逸说，20年前，上海第一次举办F1赛事，吸引了5岁的周冠宇，现在他已经成为世界上开的最快的20个F1车手之一。影片以独特的国际视角，向世界展现了中国体育力量的崛起和全球化背景下个人潜能释放的无限可能，连接了不同国家和地区的人们，见证人类共有的梦想与坚持。

近年出现了不少优秀国产体育题材电影，如《攀登者》《夺冠》《中国乒乓之绝地反击》《八角笼中》等。“体育精神是人类共通的。把中国优秀运动员的闪光点用艺术的方式表现出来，就会受到海内外观众欢迎。”蔡天君说。

许基仁认为，不能满足于只为体育视听作品贴上“励志”标签，“体育视听作品的边界还要拓展，体育领域里有很多感人的故事和丰富深刻的人性可以表现”。他讲述了一个令他难忘的场面：2008年北京奥运会期间，一位德国男子举重选手夺冠，他手捧去爱人的照片登上领奖台，安慰她自己已完成她的遗愿。“我们应进一步发掘体育故事的内涵，通过精心制作的视听作品，让体育视听作品跨越文化和地域限制，触达全球观众的心灵。”他说。

本次活动中，该镇将“舜皇云尖”“叶王银针”“石壁精舍”“爱明茶业”等当地知名茶企品牌整合，首次发布区域公共品牌——“崑山仙茗”，以此进一步统筹资源，发挥优势，打响茶文化品牌。

好山好水出好茶。仙岩镇舜皇山的茶园平均海拔500米以上，气候湿润、雨水充沛，山上独有的酸性黄壤深厚、松软、肥沃，优越的自然条件为茶叶的种植提供了先天优势。因此，该地自古便是名茶产地，如“舜皇云尖”曾多次在国际比赛中获得金奖。每年的浙江省龙井茶炒制技能大赛上，都有该地茶农获得“制茶大师”称号。

随着茶产业的不断发展壮大，仙岩镇开始将茶资源与文旅资源相结合，推动农文旅融合发展。2022年，当地村庄实施“微改造、精提升”项目建设，旅游公厕、停车场、茶叶科技示范园、景观台、“茶创中心”“茶艺一条街”等一系列基础设施和文化景观陆续建成，游客不仅可以观赏茶园风光、俯瞰“浙东唐诗之路”核心段“诗画剡溪”，还可以享受星空露营的乐趣。

仙岩镇连续多年举办茶文化节，推广茶品牌，以茶业为核心，以舜皇山为重要茶产地，不断优化茶叶种植，打造了以茶文化、禅文化、鼓文化、“灵运”文化为核心，以“春之茶、夏之趣、秋之行、冬之福”四季特色节会为重要载体的发展模式，形成了面积达25平方公里的农文旅产业板块。

四千余家海外媒体报道显示——

## 中国科幻出海加速

林林

日前，由中国科幻研究中心依托当代中国与世界研究院国际传播智能大数据服务平台研制的《中国科幻海外传播报告(2018—2023年)》发布。报告显示，中国科幻作品海外传播步伐加快，搜索热度和主流媒体报道数量均呈逐年上升趋势。

中国科普研究所所长、中国科幻研究中心执行副主任王挺介绍，《中国科幻海外传播报告(2018—2023年)》采集了2018年1月1日至2023年12月31日期间4000余家海外主流媒体对中国科幻的报道，分析了近年来中国科幻的海外传播特征和趋势。

报告显示，从区域看，北美洲和亚洲媒体对中国科幻关注度相对更高。随着中国科幻产业的发展，对外传播的产品形态愈发多元化，海外媒体关注焦点也从纸媒科幻文学拓展到科幻游戏、科幻影视、科幻网络文学等。在中国文化“走出去”的过程中，中国科幻的国际传播呈现多元化、网络化和立体化的特征，海外影响力不断增强。

报告显示，与2019年电影《流浪地球》火热上映有关，当年中国科幻的搜索热度相较2018年同比增长689.5%。2023年，中国科幻搜索热度达到峰值，比2018年高出27倍。《三体》仍是目前中国科幻文学海外传播的头部作品，其综合传播指数明显高于其他小说。《三体》电视剧与《三体》小说一样，在海外的关注度较高。此外，中国科幻游戏在海外获得了较好的传播度和市场认可度。进一步开发游戏IP，拓展海外市场，提高中华文化影响力，应是今后科幻游戏布局的重点方向。

王挺指出，2018年至2023年是中国科幻“走出去”的重要起步期。未来，中国科幻国际传播还需坚守中华文化立场，把握国际传播机遇，拓展海外推广渠道，开展精准化传播，推动中国科幻出海。

现象级作品经验何在——

## 以好剧本打造好剧

文 依

《漫长的季节》已经播出一年多，《繁花》也已播出将近半年，但这两部口碑和收视俱佳的作品，至今仍被业内外人士津津乐道。好作品的原点，是编剧和剧本。日前，在中国视协编剧专业委员会主办的现象级作品春季分享会上，这两部剧的编剧、总制片人等分享了创作历程和心得体会，令业内人士备受启发。

这两部剧都是长期打磨、精益求精的结果。中国视协编剧专委会副会长、《繁花》编剧秦雯谈到，她从2017年第一次见到该剧导演王家卫起，将小说原作改编成剧本的工作进行了多年，完成了数个版本的剧本。而王家卫在筹备过程中累积的资料数量之大和质量之高，令她十分惊讶。比如故事发生地“黄河路”的街景、剧中小道具一张邮票的详细情况以及一个配角的前世今生，都被做成一本本小册子，分享给摄制组各个部门。2021年开机拍摄后的3年里，秦雯一直留驻剧组，随时修改剧本，被称为“沉浸式编剧”。在她印象中，摄制组现场很安静，所有人时刻待命，没有人看手机。摄制组分两个组拍摄，王家卫一个人穿梭两个组导演，很少睡觉。

“如果想做口碑剧，一定要坚持‘长期主义’。”《漫长的季节》总制片人张娜说。她最初和编剧于小千产生创作一部悬疑剧的想法，是在2017年，中间历经波折，到2021年确定由辛爽执导。辛爽花了11个月，和于小千等编剧精心打磨剧本。辛爽要求给12集的剧120天的拍摄期，未果，他就先用自己的片酬补上7天。在张娜看来，辛爽不但有才华，“而且勤奋、认真、敬业。很少有电视剧导演一年只拍一部剧，但辛爽3年拍了这一部剧”。

这两部作品也以独特的艺术表现手法，令观众耳目一新。王家卫是成功的电影导演，他给电视剧《繁花》打上鲜明的电影烙印，比如以人物为线索的讲故事方式以及跳跃、拼接、闪回等手法在剧中大量运用。《漫长的季节》被辛爽定位为生活悬疑剧，悬疑线和生活线交织，开篇以强烈的生活感、幽默感引人，娓娓道来，后面逐步升级，进行节奏变化和创作方法的调整。“这部剧顺着故事节奏和人物情绪进行场景转换，并不完全采用传统电视剧的线性思维，创新了讲述方式。”于小千说。

《漫长的季节》和《繁花》在题材、类型等方面有很大的不同，但它们都引发观众强烈的情感共鸣。“我们要坚持做好内容，不要低估观众，担心他们看不懂或者不识货。”张娜说，来自新西兰、澳大利亚、美国等国家的观众告诉她，《漫长的季节》在海外华人中口碑非常好。

作为这两部剧的制播单位，腾讯视频总裁孙宏志介绍，平台获得的数据表明，短视频崛起、平台推出倍速观剧等措施之后，观众对作品信息密度的要求更高，审美也在提升，不少用户只看最头部的剧，尤其是在手机端看剧的用户，不愿意花10分钟以上看质量平平的剧。“编剧要给观众明确的观点，一部剧的开头应该很吸引人；更重要的是，编剧不能封闭在自我世界中写作，要做社会观察和实地调研，更广泛地接触不同人群。”他说。

剧本是一部作品成功的必要条件。国家广电总局电视剧司司长高长力表示，《漫长的季节》《繁花》都是现实题材，期望业界进一步关注现实题材创作，读万卷书，行万里路，以温暖现实主义之作让观众看到希望和梦想就在前方。



上图：《漫长的季节》剧照。出品方供图  
左图：《繁花》剧照。出品方供图

## 到仙岩体验茶文化

阎高桥 文图



仙岩镇茶园风光。

“谢公岩上冲云去，织女星边落地迟。”浙江省嵊州市仙岩镇位于嵊北郊区，崑山和覆后山左右连绵，九曲剡溪南北贯通，地理条件优越，风景秀丽。千百年来，王羲之、谢灵运、李白等名人雅士沿剡溪进仙岩，登山品茶，留下许多足迹和故事。

日前，仙岩镇第四届茶文化节在舜皇山举办，吸引众多茶商、茶农和游客登山赏景、品茗。据悉，本届茶文化节以“云上茶乡，灵韵仙岩”为主题，在为期6天的时间里，举办了茶艺展演、春茶直播、茶趣打卡、茶山音乐派对、特色农产品集市等一系列活动。