

观察

优酷出品「二〇一三大师微电影」海报



本报记者 赵晓霞

# 昙花一现还是产业生态变革

## 微电影

男孩》播放量突破4500万，成为当年最热文化现象，创作者“筷子兄弟”也爆红网络。甚至有评论将《老男孩》看做中国“微电影时代”的起步。

数据显示，2011年国内共有2000多部微电影问世，2012年更被称作微电影的“井喷”之年。难怪顾长卫用“威”来描述微电影。他感叹“很兴奋，也很紧张”，并坦言“有压力”。在他看来，“未来的空间太大了，人们有更多的机会实现电影梦”。

执导过《灰机灰机》的陈柏圣导演曾这样说：“互联网给电影梦想的专业与非专业的所有导演提供了一个传播的平台。在网络上，网友点击观看之后，随即就会发表各种各样的评论，作为电影编导，你也能第一时间看到这些评论。这些瞬间的反馈带来的成就感、满足感是巨大的。”

上海大学影视艺术技术学院教授石川在接受媒体采访时表示，微电影打破了传统电影创作中“精英”与“草根”的界限，让更多的人有机会通过影像作品表达自己。“微电影让草根也可以参与电影创作，想拍就拍，拿起DV就可以。”

### “每个时代有每个时代的风貌”

相对微电影的红火，围绕它的讨论也甚是热闹。从“微电影”这个名词诞生起，评论就褒贬不一。有观点认为，微电影是被广告绑架后的衍生物；有观点认为，微电影让电影从曲高和寡的艺术殿堂走向平民化；还有分析认为，微电影满足了人们碎片化观赏的需求。

无论褒贬，微电影的发展从未停滞。在百度上搜索“微电影”，新片上线的消息可谓铺天盖地。

值得一提的是，贴着草根标签的微电影，也吸引了越来越多的知名导演。2010年，彭浩翔导演监制的微电影《四夜奇谭》系列大获成功；2012年，蔡明亮执导的微电影《行者》上线后，引发网友热议，一日评论过万。

在优酷出品“2013大师微电影”活动中，台湾导演吴念真也带来了他的首部微电影作品——《新年头，老日子》，广受好评。但他坦言：“我对微电影这个新名词一直充满疑惑，什么是微电影，对我来说就是短片嘛。”不过他也说，知道自己拍的片子是在网络播放，所以不会拍很多远景，初衷是希望拍摄一个可以与观众沟通的故事”。

对“大师”的称号，吴念真婉谢说：“我想每个时代有每个时代的风貌，每个时代有每个时代的优秀。这个时代属于台下的人，他们会有新的平台、新的方式跟大家沟通。”

### 是否被过度开发？

“微电影究竟是昙花一现还是

产业？”卢梵溪的这一问，是很多关注微电影者想问的，确也事出有因。目前，微电影的盈利主要来源于广告植入，这也使其饱受争议。

有业内人士在网上发声：“互联网营销对于微电影的运用正在过度开发，微电影正在被商业利益所架空。”有影视爱好者担心，微电影被广告重重包围，挤占了“纯表达”的空间，会影响创作。甚至有媒体用“生于恶搞，死于广告”来形容微电影的境况。

在卢梵溪看来，“如果微电影是产业的话，一定会完成自我收入和支出的良性循环。我们知道，没有任何资金会无缘无故地仅仅为梦想买单”。

他认为，现在这个阶段，做好作品，把产业培育成熟更为重要。在未来，微电影可能会分流，一方面向着内容方向发展，成为基于互联网平台的影视内容的一个新行业；另一方面，向营销方向发展，成为广告业的一种新形式。

卢梵溪也带来了好消息——优酷出品有望将去年在内的8位“大师微电影作品”制作成一部长片电影，登陆全国影院。这将是互联网自制内容向大荧幕反向输出的尝试，有评论认为这是“微电影由免费观看到图谋票房的行业转折”。



吕乐《一维》海报



吴念真《新年头，老日子》海报

聚焦

# 「中国味道」出征米兰设计周

郑娜



举世瞩目的2013年米兰设计周开幕在即，北京国际设计周组委会近日召开发布会表示，来自中国的设计艺术军团，将通过两个关注“吃”和“喝”的设计展及小型活动，于4月9日至14日“出征”米兰国际设计周，让世界看见中国设计。

米兰曾是2012年北京国际设计周的主宾城市，两个城市去年达成了“姊妹设计周”关系。按照约定，4月，北京设计周将回访米兰。此次，北京设计周组委会与“世界看见”中国民族文化保护与发展亲善行动联手，将推出“大中国的味道两岸三地当代民艺展”。

“世界看见”中国民族文化保护与发展亲善行动，由著名音乐人朱哲琴发起。这次她邀请了包括石宇、胡如珊、张永和、吕永中、邵帆、陈燕飞、陈大瑞等来自两岸三地的11位设计师，将他们设计的餐厅、茶具、杯碗壶瓶等作品带到米兰。其中很多设计品都是设计师们深入云贵川等地的小山村，从传统手工艺上找到的灵感。

展览按照“身处家中”、“舒适之居”、“茶的故事”、“杯碗壶瓶”四个场景进行陈设，参观者犹如穿行在家居环境、餐馆中的私密“包间”，甚至是露天餐摊，每个场景都配着香港知名设计师陈幼坚挑选的、来自上个世纪三四十年的复古插画，将中国的艺术、用餐礼仪等物质及非物质文化以及传统与现代的气息进行了完美融合，演绎出当代大中国艺术与设计的跨界精神。

谈到此次合作，朱哲琴说：“‘世界看见’亲善行动和北京国际设计周共同发起这个项目。经过几个月的筹备，终于与大家见面了。我们希望通过这一平台的力量，让大家知道中国当代的民艺设计可以在实用的同时很酷、很时尚，还希望更多地将中国当代设计的人物、成果、品牌推向国际舞台，传递和倡导中国式生活价值观、美学观。”

作为“大中国的味道”的另一个展览，由著名设计师朱小杰策划的《坐下来：品茶、品道、品设计》是2012年同名展览的升级版。基于去年成功的基础，今年的“坐下来”更多地从原创企业及品牌的角度甄选并挖掘中国家居行业的新作品，在“品茶、品道、品设计”的年度主题下，用“中国茶道”演绎“坐下来、静下来、慢下来”与当代人生活方式与思维方式之间的精神互动。展览现场的丰富场景包括了陶瓷茶具、室内设计及家居装饰等。参展的20名国内知名设计师利用不同的审美元素，针对传统、材料和技艺等，采用多元的设计概念及形式策略，探索各种表达方式背后所蕴含的“味道”。

刚刚获邀成为2013北京国际设计周创意总监的意大利策展人毕月在发布会上阐释了此次活动的策划基调，她说：“设计文化始终是一个彼此借鉴、互相启发的过程，全球化更加凸显了这是一个你中有我、我中有你的世界。从今年开始，很多中国设计师向我们建议，今后在米兰展示的主题不再强调‘中国的设计’，而应该呈现‘中国和设计’，这一字之别，意味着大家对设计、对世界的看法正在发生一个实质性的变化。相信世界会感受到中国年轻设计师身上这股崭新的朝气和自信”。

## 莫言获“影响世界华人大奖”提名

近日，作家莫言获得由凤凰卫视联合海内外十余家知名华文媒体和机构评选的“影响世界华人大奖”提名。“世界因你而美丽——影响世界华人盛典2012-2013”是凤凰卫视及凤凰网策划发起，北京青年报、中国新闻网、新加坡联合早报、明报、南方报业集团、新浪网、星洲日报、旺旺中时媒体集团、香港文汇报、世界日报（北美）、亚洲周刊、美国侨报、欧洲时报和北京大学共十余家在两岸三地、东南亚、美加及欧洲富影响力的华文媒体和机构共同主办的华人年度盛事，至今已成功举办6届。华人盛典由来自主办机构的百名资深媒体人推选本年度身处新闻大事件核心、在不同领域成就卓著、对世界具影响力并受全世界关注的10余位杰出华人，颁授“影响世界华人大奖”和“影响世界华人终身成就奖”。今年的影响世界华人盛典将于3月30日在北京大学百周年纪念讲堂举行。

## 纪念张国荣音乐会将在江苏卫视转播

又到4月1日，香港影星张国荣的离开已有整整10年，由张国荣生前经纪人再度发起的“继续宠爱十年音乐会”将于3月31日晚在香港红馆举行。目前将出席此次音乐会的阵容已有张学友、梁朝伟、陈慧琳、周慧敏、容祖儿、古巨基、张智霖、草蜢等，近20位明星将齐聚一堂用歌声缅怀这位香江巨星的绝代风采。

2008年，张国荣五周年祭日，其生前经纪人陈淑芬发起了“继续宠爱音乐会”的纪念活动，在香港红磡体育馆举办了2场音乐会。遗憾的是，这场演唱会一直没有电视转播，“哥哥”在内地的粉丝无缘一起缅怀偶像。为了让内地粉丝共同缅怀张国荣，江苏卫视取得了该场音乐会的内地独家转播权，将于4月1日晚22点，通过电视让广大的歌迷再度走近张国荣，一起度过这场难逢的盛会。



碰撞

# 「选秀」娱乐之外的价值发现

吴学安

2013年的综艺江湖，山雨欲来风满楼。近日，湖南卫视音乐励志秀《中国最强音》公布了陈奕迅、郑钧、罗大佑三位导师，直接对抗《中国好声音》第二季中那英、庾澄庆、杨坤阵容。东方卫视也即将推出《美国偶像》的中国版《中国偶像》。至此，全球当红的三大歌唱类选秀节目《X Factor》、《the voice》、《美国偶像》已被上中国特色外衣列入集合。

近年来，尽管“电视选秀”颇遭非议，但此类活动非但没有销声匿迹，反而在争论中潜行，大有愈战愈勇之势。过去几年，电视选秀层出不穷，继“快乐男生”之后，“好男儿”、“真男孩”、“绝对唱响”、“第一次心动”等相继登场。不仅收获颇多赚足了“眼球”，而且创出收视率新高。这不得不引起人们的好奇和思考。

电视选秀风靡荧屏，曾让许多有识之士忧心忡忡，他们认为电视选秀弊端丛生，尤其电视选秀与造星运动相结合给青少年带来极大的误导，让他们觉得一夜成名是件很容易的事，许多孩子过度狂热和痴迷，将会影响青少年的价值观。更有人，一针见血地指出，所谓“选秀”，除了娱乐和造星之外，毫无价值可言。虽说，这些担忧不无道理，分析得也入情入理，但同样也有失偏颇。必须承认，电视选秀确有弊端，但如果以偏概全，只看弊端而将其一棍子打死，未免有点残酷，而且大有“偏执”之嫌。

电视选秀的价值在于娱乐和造星，因为有了“超女”、“快男”，荧屏前人们笑声连连。当然，选秀的价值不仅仅在于娱乐和造星，还有许多“闪光点”。但凡喜爱选秀节目的人不难发现：选秀不光好看，而且孕含着不少积极向上的东西。它让青少年看到了什么叫PK、什么叫竞争、什么叫改变、什么叫努力、什么叫不言败不放弃，看到了什么叫团队、什么叫友情、什么叫感恩、什么叫互助、什么叫宽容。

同时，电视选秀也丰富了电视荧屏的内容，让电视台从中获利多多。事半功倍，几方得益，真是件何乐而不为的事情。譬如，去年江西卫视山水情歌会推出时曾引来无数质疑的目光，有评论道“又是一场选秀节目”。不过当观众观看完第一、第二场晋级赛的录制之后，就会发现每一首情歌背后美丽动人的故事最能诠释“情歌”真谛。

可以说，电视选秀总比板起面孔说教又无效益的节目更能愉悦观众。而其“造星”模式更是超凡脱俗，让有用之材脱颖而出。更主要的是电视选秀的价值在于，它能让更多的青少年观众明白：置身于这个五光十色的多元化时代，不要保守、不要怯懦，要大胆地秀出自己，接受挑战，要勇敢地向前闯别怕失败，社会正为每个有志者提供了多种多样的成功机会。

不可否认，电视选秀本身也存在需要改进的地方。譬如，选秀形式过于雷同，有相互模仿的痕迹，不利于电视节目的创新；选秀过程不透明，不符合公平公正的社会公德标准，个别编导者甚至还有造假蒙人之嫌。但对于电视选秀中有价值的东西，也不能视而不见、一概否定。电视选秀确有弊端，但价值同样颇多，必须正视才对。

# 网络自制剧新时代启动

风尚

高晓远

3月25日，由乐视网出品的金牌网络自制剧《女人帮·妞儿》第二季在北京正式启动。同时，演员李璐、制片人甘薇与乐视影业共同宣布成立乐雨薇璐电影人工作室，并将担任该剧的制片人。

作为国内首个2.0时代的电影人工作室，乐雨薇璐工作室在网络自制剧领域打造明星品牌之外，还将注重与网民的互动。甘薇表示，今后工作室网络剧的创作也会邀请到普通网民或影迷参加演出，网民的意见也可能影响剧情的发展方向。“我们希望在乐视网和乐视影业的平台上，有更多的网友加入进来，能参与互动就是网络剧的优势。工作室名字中的‘雨’就代表所有的网友和观众。可能网友会成为里面的演员，也可能成为它的编剧之一。”

据乐视网副董事长刘弘介绍，基于对乐视网用户习惯的分析，他们发现许多职场白领有午间收视的习惯。据此推出了乐视网自制剧场，每天中午12时定时更新剧集。从2012年开始，先后推出了《女人帮·妞儿》第一季、《开心麻花》、《青春大爆炸》等一大批自制剧作品。这一系列大多围绕都市白领热门话题的自制剧在观众中间获得了巨大反响。

从2009年，第一部真正意义上网络自制剧《Mr. 雷》开始，自制剧开始借由网络平台，电脑、电视、手机等多种播放载体走进网民视线。如今，国内大多借鉴国外电视剧的形式，

以办公室故事为题材，以白领阶层为主要对象，采取夸张的手法 and “无厘头”的喜剧形式表现职场人士的情感和经历。据了解，伴随着正版影视作品版权费用的高涨等原因，各视频网站为了摆脱困境，开始尝试发展自制剧。网络自制剧也在网站资源独享、提高点击率、可植入广告及多重开发等方面的优势，吸引了各视频网站在这方面大力投入。这样一种“自产自销”的方式，使诸多网站开始从单一平台提供者身份向平台提供者加内容制作者的身份转变。

乐视影业 CEO 张昭说：“作为互联网时代的电影公司，我们应该成为中国的互联网民和艺术家的服务平台、桥梁。”在这个信息爆炸的Web2.0时代，创新是核心竞争力。乐视网将会和乐雨薇璐推出更多类型、更广泛题材的自制剧。“作为首个电影人工作室，未来要让中国电影、中国影视剧从娱乐走向文化、走向生活。”

