

本地和尚会念经——

暑期档国产中小片唱主角

本报记者 苗春

影片《京城81号》根据民间传说中的“鬼宅”——北京市朝阳区朝内大街81号的故事改编，总投资和宣发费用合计8000万元人民币，制片方福建恒业总经理陈辉确认：这部影片是今年暑期档前段投资最大的国产影片。

也许这有点让人难以置信。在我国，惊悚片历来是低成本、小制作、俗格调的代名词，一般成本只有几百万元，票房最高只有《孤岛惊魂》达到9000多万元人民币，通常二三十万票房就算大卖。这和成本高达1.65亿美元的好莱坞大片《变形金刚4》在中国内地票房不断刷新，至今已经突破15亿元形成鲜明对比。即使在今天票房不过亿元人民币不好意思出来见人的中国影坛，投资过亿的国产片每年少说也有十部八部。但今年暑期档却少有国产大片上映，除了《京城81号》，8月份上映的国产影片中，投资最大的可能是号称3D魔幻巨制、由范冰冰、黄晓明主演的《白发魔女传》。

但令人欣慰的是，即使没有大片，暑期档的一批中小成本国产电影以丰富的类型片瞄准青少年观众，以各种手法宣传造势，仍然使影市热闹非凡，并且取得了很好的票房成绩。

暑期档国产大片缘何缺席

中国艺术研究院副研究员张慧瑜说，“暑期档上映的国产片大都是中小成本并不奇怪。”他认为，在美国，暑期档是最大的档期，所以大片都盯住暑期，选在暑期档上映。但是，我国最大最成熟的黄金档期还是贺岁档，所以国产大片大多数还会选贺岁档。“这是两国不同的消费习惯造成的。”这从一些大导演执导的电影的上映档期就会得到印证。比如姜文的《一步之遥》、陈凯歌的《道士下山》等都选在贺岁档，张艺谋的《归来》选在五一节前上映，许鞍华的《黄金时代》选在国庆档。“即使在平时，青春片、恐怖片也几乎都会有，它们只能在各种大片的缝隙中找生存空间。”张慧瑜说。

除了消费习惯，另一重要原因是国产片对国外大片的主动退让。暑期档的主要观众是青少年，据一些统计，目前国产电影观众的平均年龄是21岁左右，《变形金刚》这样的视效大片是他们的观影首选，而制造超卓的视听体验显然并非国产影片目前的长项。此外，张慧瑜认为，“中国电影的类型还是相对单一，尤其是大片，基本没有太有分量的类型，不像好莱坞大片，有科幻，有怪物，有超级英雄等。”

今年国产大片的缺席还有一个重要原因，就是为了避让4年一次的世界杯足球赛。陈辉认为，由于世界杯的大环境，即使欧美今年7月也很少有新片，“整个好莱坞就两三部，《变形金刚4》和《星球大战》等，为数不多。《星球大战》在中国国内上映，因为沟通等问题也要到8月，所以整个7、8月间，海外大片减少，为中国提供了空间，对我们是利好。”陈辉说。

没有国产大片的影市依然热闹

一首《小苹果》的歌曲和MV火遍大江南北，引发人们对《老男孩猛龙过江》这部影片的高度关注；邓超独自耍宝、造型百变的《分手大师》票房直线攀升，超过5亿；韩寒电影《后会无期》的超高曝光率，被一些文青称为今年暑假最值得观看的影片……虽然暑期的影坛没有国产大片，但也并不寂寞。

蓝钻文化副总经理邱衡指出，现在的国产片定位及营销已经越来越精准，不再是一味大制作、大明星就一定能获得高票房的时代。他认为，“今年暑期档国产片的排片非



常有意思，《分手大师》在6月底，《老男孩猛龙过江》是7月10日，然后每隔7天一部国产新片，7月17日是《小时代3》，7月24号是《后会无期》，中间及之后还有《我就是我》、《闺蜜》、《绣春刀》。”他认为，世界杯的影响有是有，但从《变形金刚4》和《分手大师》来看，影响也不是那么大。

这些国产片类型十分丰富，而且营销手段五花八门，各出奇招，极大地吸引了年轻人的眼球，并成为流行文化的新现象。比如，邱衡指出，《老男孩猛龙过江》的音乐营销非常成功，其电影宣传曲《小苹果》第一天在优酷大首页上就有近600万的点击量，几乎立即在网络上就火了。另外制片方儒意影业在硬广上不惜血本，砸下了1000多万元，“对这样体量的片子来说，是比较少见的。现在影院贴片、地铁、户外大牌、电梯、网络等，都有该片的广告，实现了全方位覆盖”。邱衡说，《老男孩猛龙过江》还胜在元素多，“你可以不喜欢它靠吃微电影的老本，但你不能否认里面四五首歌都好听；你可以鄙视‘神曲’低俗，但里面动作戏很吸引眼球；你可以说动作有点初级，但里面还又带点情怀、梦想什么的。”

从《分手大师》、《老男孩猛龙过江》、《小时代3》以及《后会无期》几部国产片的百度搜索指数来看，相差无几。“个人觉得这几部片子都有很不错的潜力，票房应该都在3亿以上，当然，《分手大师》票房已经远超这个数了。”邱衡说。

陈辉表示，他们对《京城81号》的票房也达到3亿元的预期，“有信心也有压力”。在他看来，这部电影虽然不像青春、爱情类型有那么大的受众群体，而且国内的惊悚片也还没有过过票房的先例，但这部影片有区别于传统惊悚片的呈现方式，有催人泪下的爱情故事，有精良的制作，有望成为同类型电影的标杆，带动国内惊悚片的发展，建立观众对这种电影的认同感。而且同期没有好莱坞大片，相信排片应该不错。”他透露，目前这部影片在海外已经卖了2000多万元人民币。他相信，《小时代3》是给年轻人中的“低幼人群”看的，“相对成熟的情侣理应更青睐《京城81号》。”

如何将暑期档做得更好

日前，国家新闻出版广电总局电影局局长张宏森表示，希望院线在暑期档尽量少排好莱坞大片，多排国产电影，引发业内外人士广泛关注。

张慧瑜指出，每年的7月和10月是国产献礼片的档期，有时候有关部门会出台国产电影保护月的政策，保证国产片上映，以免好莱坞大片挤满暑期档。但是，“现在院线都是民营的，让院线多排国产片，听有关部门的倡议，可能还需要制度化的法律措施。因为保护民族电影工业还是很关键的。”

根据一些数据统计，目前中国电影观众的平均年龄为21岁左右。其实无论暑假还是非暑假期间，电影的主流消费者都是年轻人。张慧瑜认为，“年轻观众已经绑架了电影产业，即使好莱坞也要接受这个现实，拍电影以游戏、动漫、动作为题材，迎合年轻人。”而对于中国电影来说，“可能需要大的全局式的调整，做好顶层设计，否则只能跟着好莱坞跑。”他建议，可以多鼓励地方电影和区域电影，吸引更多的、年龄层次更丰富的观众进影院，改变现有观众结构和欣赏习惯。



蓝皮书盘点2013年 广播电视增幅收窄 电影产业一路高歌

吴名

日前，《中国广播电视发展报告（2014）》（广电蓝皮书）在北京发布。

国家新闻出版广电总局发展研究中心副主任、2014年广电蓝皮书主编杨明品说，2013年，节目创新创优从数量规模型向品质效益型转变，人文教育类节目大量涌现，综艺类节目总量减少，总体品质明显提升；公益类、文化类节目比重有所提升。节目原创已经成为发展新主题，从节目克隆到节目引进改造，再到节目原创的三级跳已经开始，中国节目模式市场雏形基本形成。

据统计，2013年电视剧总投资103.7亿元，国内销售额超过100亿元，同比增长29.25%；纪录片制作生产共投入13.03亿元，同比增长近3倍，国内销售6.34亿元，同比增长381.65%，纪录片行业总收入约23亿元，三年翻了一番。

杨明品介绍，截至2013年年底，全国共设播出机构2568座，共开办4199套节目，其中广播节目2863套，电视节目1336套，高清视频频道达50个。全国共有农村电影数字院线249条，完成影片订购870万场，观众共计约15亿人次。同时，广播影视产业发展进入结构调整和全面转型阶段。广播电视产业增幅收窄，传统业务收入比重下降，新兴业务比重上升。2013年全国广播电视行业总收入达到3734.88亿元，增幅比上年降低了2.56个百分点。

值得高兴的是，电影产业持续高速增长，国产电影影响票房翻身仗。2013年，电影生产故事片638部，院线上映国产电影增加至326部。全年电影票房收入217.69亿元，同比增长27.51%，其中国产电影票房收入127.67亿元，同比增长54.32%，占总票房收入的58.65%。在2013年新增的近47亿元票房收入中，国产影片贡献率高达96%，成为拉动电影市场规模扩大的主要力量。

神州

《湄公河大案》拉开央视暑期节目大幕

李新

根据2011年湄公河“10·5”案改编，讲述苏沃特大武装贩毒团伙设计惊天阴谋，栽赃并残忍杀害中国十余名船员惨案的34集电视连续剧《湄公河大案》，将于7月中旬在央视一套黄金时间播出。该剧也拉开了央视暑期节目的序幕。

陈宝国自红极一时的《公安局长》之后，在《湄公河大案》中时隔10年再次出演警察，饰演公安部禁毒局局长、湄公河“10·5”案专案组组长。他说：“拍这个戏，我和所有演员都把角色请进了心里。这个戏我不敢说有多好，也不敢说有多少个‘好’，但我可以肯定的跟大家讲，这个戏有一‘好’——‘好看！’”陈宝国表示，只看了5集剧本便决定接下此剧，“这个戏很难演，我只有种演法，就是掏心窝子！”导演安战军表示，如何艺术化地展现真实事件是该剧的创作难点，他说：“文艺作品都有来源，特别是这样的真实案件。我们在前期做了大量的采访和案头工作，得到了最鲜活的一手资料，把案件中很多可歌可泣的故事挖掘了出来。”此外，金像奖、金马奖双料影帝李修贤演绎性格复杂的人物蒙洪，香港性格男星张兆辉饰演大反派莫雄。尤勇、骆达华、刘德凯、李立群、于越、施京明等众多实力派演员让该剧成为一部不折不扣的公安大戏。

同时，这部剧作为央视暑期安排的大剧，也拉开了暑期的收视争夺大幕。今年夏季，央视推陈出新，优质电视剧、品牌节目、体育赛事、纪录片等内容全面绽放，给观众带来“缤纷一夏”。其他电视剧还有由雷建华领衔主演的、以4次长沙会战为背景的《战长沙》以及由颖儿、李易峰、叶祖新等偶像演员主演的古装喜剧《欢天喜地俏冤家》等。此外央视新打造的十点半档有《少年中国强》、《喜乐街》、《开讲啦》、《传家宝》和《等着我》5个重量级节目。两个全新综艺节目《大魔术师》和《完美星开幕》，也将全力冲击暑期综艺屏幕。



谭利华(左)、春妮和小观众 图片来源:《北京青年报》

“打开艺术之门”迎来20岁生日

日前，北京中山公园音乐堂“打开艺术之门”暑期艺术节拉开帷幕。

今年也是这一品牌活动的第20届。艺术节在59天中为孩子们和家长共呈现69场精彩演出，8个特色夏令营、10场艺术讲座，并再度推出“打开艺术之门圆梦空间”主题活动。同时，艺术节聘请了著名节目主持人春妮担任形象大使。中山公园音乐堂总经理徐坚表示，20年来，“‘打开艺术之门’已从单纯的音乐节、

节目以西方古典音乐为主，发展为门类非常丰富的艺术节，不单有古典音乐的交响乐、室内乐、独奏、合唱、音乐会歌剧等多种艺术形式，还有芭蕾舞、杂技、儿童剧、木偶、民乐与中国传统戏曲也是重点节目。”

今年的“打开艺术之门”开幕演出依然由指挥家谭利华执棒北京交响乐团演出，10岁小琴童陈盛宇与北交同台演奏了门德尔松《e小调小提琴协奏曲》第一乐章。（步鹏）

《南海南海》浓缩两千年历史

武强

由王马影视和景歌文化共同投拍的纪录片《南海南海》目前正在南海之西沙群岛甘泉岛海域热拍。

影片讲述的是从公元前200年汉代开始对南海有管理记载到现在的南海故事，其中有可考究的古代历史资料，有从未公开的近代战争和主权记录，也有世代为南海而生的平凡又伟大的航海英雄们讲述他们记忆中的南海，更有南海巨大海底宝藏的介绍。《南海南海》以近70人的剧组，分成8个小分队，足迹踏遍能够到达的南海所有的岛礁和海域，也尽可能地真实拍摄到并不被大众所了解到的南海现在的境况。

《南海南海》拍摄至今，已耗时2年，演变成一部将在大银幕展现的纪录片巨制。说起拍摄这部电影的初衷，海军出身的王马影视负责人、总制片人王平难掩自己对南海的情结，“中国是海洋大国，但海洋意识尚嫌薄弱，尤其是南海这样一个充满争端的领土区域，它的总面积200万平方公里，普通人很难一窥全貌，这

也是我们想把这样一个海洋主题呈现给全国观众的原因。”

总导演马伟平透露，当剧组第一次到达南海并进入海域拍摄时，真有种发懵的感觉，除了海还是海，原本在拍摄方案里设计过的规划，在现实面前根本无力实施。2年的时间里，海上的风暴、烈日和海底潜拍及海水环境，对整个摄制大团队无疑是一次又一次的考验，没有一个工作人员不是晒脱了一层皮的。很多镜头仅有一次拍摄机会，工作人员为拍摄一个瞬间，常常以身试险，风暴里抓拍、登陆无人岛礁、深潜拍摄等对剧组来说都是家常便饭。“我们手里捧着的是记录真实的镜头，冒着这么大的危险，只为了《南海南海》能够让世人了解真实的中国南海，让世界了解我们的和平心愿。”

《南海南海》的拍摄获得中央电视台、深圳卫视、厦门卫视、南京电视台及海南电视台的支持。除了影片本身之外，中央电视台还将同步制作8集电视纪录片《见证南海》作为补充资料。