

# 国产电影票房

## 距三百亿几步之遥

即将成为过去的2014年，全国电影票房目前已轻松突破270亿元人民币，虽然达到一些业内人士期待的300亿元尚有难度，但已经远远超过了2013年的217.69亿。有人说，盘点这一年的文化事件，首先映入人们脑海的，恰是许多关于电影的话题。电影正在成为一个拥有巨大魔力的文化现象，将更多的人席卷进来，看电影、看电影甚至看电影，成为最日常的文化消费。国产电影还将冲破哪些迷雾？应该如何达到更理想的彼岸？几位专业人士给出了他们的观点。



本报记者 苗春



### 今年好片子是不是比去年少

韩浩月(影评人):大家都希望国产电影的成绩一年比一年好,但这个期待年年落空。2014年确实没有做出什么既有好口碑又有高票房的电影,文艺片只有《推拿》算佳作,但商业片口碑票房双赢的,暂时一部都没有。今年的贺岁档低开低走,很难让人兴奋起来,自从《太平轮》“哑火”以后,贺岁档好像就暗淡了,后面还有几部重要国产片,但我不敢做特别乐观的估计,可能很难再有高质量的影片出现。更令人叹息的是,无论艺术片导演,还是商业片导演,现在都放下了身段,在拍一些单纯迎合市场、迎合观众,而不是引领市场、引领观众的作品。

刘藩(中国艺术研究院副研究员、编剧):这一年我基本上没有看到国产片里艺术上让人激动、觉得好、觉得很有创新的地方。有经验的大导演,如冯小刚、张艺谋、陈凯歌、吴宇森等,他们摸不着年轻观众的脉,选材比较老,偶尔还要大牌,制片人、投资商制约不了他们;新出来的导演艺术积累不够,还不到爆发的程度。中国的电影教育也不敢恭维,毕业生没有像样的艺术追求,大部分把电影当做饭碗,而当做艺术去精益求精的人比较少。我的一个剧本日前在中国影协的投资对接平台上被评为第一名,结果很多投资找来,大家都寄希望于我这类研究电影的人能出一些跟现在市场上不一样的片子。

唐雪薇(和颂世纪文化传播有限公司总经理):在一些偏专业的网站上,有些年轻人喜欢的影片的评分确实不高,它们属于某一个特定群体的定制产品,从外在包装到内在拍摄,都是按照受众群体的审美标准进行的,有人因这类影片的大卖为中国电影的未来担忧,其实也是不必要的。每个人在不同年龄、不同阶段,都会有不同的审美和爱好,应该得到理解和接受。在好莱坞,也有类似的作品,比如《暮色》《分歧者》,他们的存在是有其合理性的。至于一些老牌导演的作品没有收到预期效果,我想是不同原因造成的,有些人是人为不可控的,但断言这些导演“不行了”“老了”并不科学,他们有深厚的艺术功底和专业经验做基础,绝对比有些把电影拍成PPT的人专业得多;他们也有很强的适应能力和调整能力,这是他们艺术生命力旺盛的重要原因之一。

### 中国电影的发展节奏放缓了没有

唐雪薇:中国影片没有退步,我倒觉得,2014年中国电影在多样化的道路上是大步前进的,有很多类型的作品引起过观众热议,它们不是我们以往所说的“大片”,但它们提供了很多可能性,给了观众很多选择,也获得了不错的票房成绩。这种情况无疑要比所有人都一门心思拍大片要成熟得多。另外,中国观众整体水准也在逐步提高,越来越多的人不再人云亦云,大家对于电影的品质有了更成熟、更自我、更理性的



判断,不会像以前那样,只是把明星多少、场面大小作为唯一的判断标准。观众的选择性多了,明确了,也会刺激电影类型的更加多样化,这对于中国电影是好事,我们的电影产业正在向这个好的方向进步。

韩浩月:国产电影的发展速度并未有什么明显的减缓,2014年影片的数量更多,类型更丰富了,貌似观众的选择余地大了,但这制造的仅仅是产业的繁荣而不是创作上的繁荣,这种发展速度让人欣慰,但更多的是担心。

### 国产电影是否过于注重营销

刘藩:如今,电影业内讲究“营销至上”,电影营销做得很有气势,不管好片子还是坏片子,营销对票房的作用越来越大。

韩浩月:现在的电影营销有点太邪乎了。一些营销团队对观众心理揣摩到家了。我们在电影外国的发行、营销、物料等方面的精细程度已经能和好莱坞接轨了,可惜影片质量没接轨。电影营销团队不说电影本身,而注重电影之外的因素,让这项工作偏离了重心。比如请王菲唱主题曲,第一次请王菲唱,大家确实都很关注,也为影片提升了关注度,但事实证明,她唱过主题曲的影片也不一定都票房高,这招马上被用滥了。还有就是一些电影宣传周期很长,战线拉得很开,这样就导致大家对电影的期待值特别高,结果公映后发现影片没有宣传的那么好,就会立刻引来大波恶评。

唐雪薇:2014年,中国电影的宣传推广,正式从“宣传”进入了“营销”。我们几乎每个月都会接触到新鲜的词汇和领域,几乎每一个参与过电影项目推广的团队都

在诉说自己在其中起到的作用。这里面有一个问题,就是宣传和营销是不是同一件事?我认为,宣传和营销目前是两个部分,前者针对媒体,后者针对大众,它们需要各司其职,但也需要紧密配合。

### 院线是为好莱坞预备的吗

刘藩:现在在中国内地已经有2万多块银幕,前些年,银幕数量是制约电影产业发展的首要问题,但现在已经



不是了。这个问题归结到一点,就是国产片的品质还没有提升起来,这不是一下子能解决的问题,要慢慢来。这个说法稍微有点极端,毕竟每年国产片的票房占比还是过半。

韩浩月:国产片正处在一个特别珍贵的发展阶段,中国观众对国产片的支持此情可鉴,不管好片烂片都热情贡献票房,不管哪个年龄段、什么文化层次的人,都通过购票这一实际行动,推荐国产片,催生了一批票房超过10亿元的国产电影。在外国片没大举进来的时候,如果不把国产片的质量真正做起来,等国产片的保护政策慢慢失效,观众的热情被透支殆尽,院线肯定会被进口片抢去。国产片这几年还能和进口片抵抗一下,与这几年进口片的质量也在下滑也有关系。但万一电影工业发达的国家找到了新的讲故事模式,我们如果又没能和世界电影创作水平接轨,国产片会再次被观众抛弃。

### 互联网进入电影业是来添乱的吗

唐雪薇:互联网资本进入电影行业,有人说会有颠覆性的改变,还列举了很多很多看上去很深奥的理由,对此,我持观望态度。互联网改变电影是注定的,因为它已经改变了我们的生活方式,而看电影是生活的一部分。行业更加全面、更加前端的改变,目前还不好下定论。如果说互联网对电影创作者的影响,应该是创作者要更多地体会互联网生活群体的感受和喜好,因为后者正是目前电影消费的主力群体,这会

让电影的某些元素出现一些调整,或说变化,而且这个频率会加快。刘藩:互联网资本进入电影业后,带来的是播放渠道、营销资源、互联网IP和资金,并不能对电影品质有所改善。

韩浩月:互联网进入电影业,裹挟的资本的力量更肆无忌惮,就是奔着赚钱的目的来的,说的大话是为电影造梦,为观众造福,但一看立的项,完全奔着烂片的架势去的。提升国产电影品质,还是要靠坚守电影的人,没钱但创作初衷不改的人,他们才是国产片的希望。往下的三五年之内,我想国产电影创作还会维持今年这样的状况。现在整个业界依然被高票房迷惑,人人都还是“我先把钱赚了再说电影理想”的想法。这是一个必经的过程。当疯狂追逐票房的劲头过去之后,一定会有人拍出优质口碑、水准高大的好片子。现在人的希望就是导演和出品方在赚钱的同时,稍稍注意一下影片的质量,因为毕竟这也关乎导演个人品牌和出品方的厂牌。

# 讲述中国故事 传播中国文化

李琰

爱我中华,血浓于水。由文化部、国务院新闻办和中央电视台等单位共同主办的第三届“中华之光—传播中国文化年度人物”评选活动评选出了10位个人和一个集体。他们都是来自世界五大洲、致力于传播中国文化、推动中华文化走向世界的文化人,例如国学大师饶宗颐、享誉世界的华人音乐家谭盾、中美交流和文化传播的杰出女性方李邦琴、推动中日文化交流的民间大使吴汝俊等。他们都为传播中华文化做出了重大贡献,向世界传达了中华文化独特的内涵与魅力。

“二十余载投身文教,三万桃李遍布葡国”的鲁晏宾、王锁瑛夫妇一起获得传播中华文化年度人物奖。王锁瑛今年63岁,生长在上海,她和丈夫鲁晏宾是葡萄牙语专业的同班同学,上世纪90年代初,夫妇二人移居葡萄牙从事汉语教学工作。初到海外,当他们二人想要实现自己抱负的时候,鲁晏宾的视网膜发生严重病变,并在2001年完全失明。按照葡萄牙的法律,鲁晏宾可以领取残疾人抚恤金,但同时就不能参加任何工作了,这是鲁晏宾万万不能接受的。鲁晏宾坚定地表示:“我眼睛看不见光了,但我身上还能发光。”就这样,他们夫妇二人20多年风雨无阻、携手并肩在葡萄牙开展华文教育,他们开设的汉语教学班,成为全葡萄牙历史最久、影响最大、人数最多的汉语教学点。王锁瑛脸上掠过一丝温暖的笑容,平静地说:“我先生已经失明10多年了,但他现在天天上课、编写教材、做光盘,这种精神确实很难得。”

夫妻俩一直在国外用当地的语言推广中国语言,传播中国文化。他们编的教材《葡萄牙人学中文》再版改名为《葡语世界学中文》,就是希望能在所有说葡语的国家中推广中文,传播中国文化。鲁晏宾有许多在国外传播中国文化的经验,他们的教材在葡萄牙很受欢迎。他说:“我们意识到单靠外国人学中国的语言来了解中国文化还

不够,语言只是一个工具,所以我们在教材中除了教学生认读中国字,还配上了用葡语撰写的有关中国语言、文化、风俗、习惯各个方面的介绍。也就是说这本教材有两种功效,一种是帮助外国人学习中国的语言,另一个则是作为了解中国文化的窗口。”今年王锁瑛工作的重点就是在葡萄牙的阿威罗大学创办孔子学院,以便更好地传播中国文化。

“爱我中华”这个口号,不仅在中国本土有,也被陈声桂叫响在新加坡。他也是10位年度人物奖的获奖者之一,人称“新加坡书法之父”。46年来,陈声桂用全部心血,使新加坡书坛由从沉寂落寞走向兴旺发达,从沙漠走向绿洲。1974年,在新加坡书法发展史上最困难的时期,陈声桂毅然定下了书法协会会训:爱我中华。该会训一直沿用至今。陈声桂解释道:“这口号隐含的意思是爱我们的中华书法,进一步再爱我们的诗词歌赋、古典文学。”“爱我中华”4个字在那段最困难的时期一直鼓励、温暖着每一位游子。“书法是我们中国文化一个非常重要的组成部分,因为人们的思维不只通过文字表达出来,书法也是一个表达自己意念的一个很重要的工具。”陈声桂对书法的热爱之情溢于言表。新加坡书协便位于被誉为艺术一条街的新加坡滑铁卢大街的48号,对面是即将竣工的中国文化中心,这曾是一座二战时废弃的独立建筑,陈声桂自筹资金,带领同仁自己动手让它焕然一新。

陈声桂在获奖感言中说:“对我们这一代人来说,当时从事书法活动并没有预期会获得什么奖和报酬。今天的得奖者都是凭着自己对中华文化的爱好与热情,是血浓于水的情感,希望能为后人做一个榜样、激励后来者。”这也是全体获奖者的心声。

下图:“中华之光—传播中国文化年度人物”获奖者:陈声桂(左);鲁晏宾、王锁瑛夫妇(右)。

# 《重返20岁》遇到“孪生姐妹”

王炎



一个剧本,两个版本。即将于2015年1月8日公映的《重返20岁》,与韩国2014年喜剧票房冠军《奇怪的她》,原本是韩国CJ娱乐在中国和韩国同时开发的项目,是同一剧本诞生的“孪生姐妹”电影,也是“命题作文”电影下的新模式。这对很多中国观众而言,也许还是新鲜事。日前,电影《奇怪的她》的导演黄东赫、主演沈恩敬与《重返20岁》的导演陈正道、主演杨子姗一起做客万达电影公开课,畅谈两部电影的诞生经历。

黄东赫表示,最早听到“一个剧本两地拍”的这个概念,也觉得新鲜,是电影史上的一次尝试和探索。据悉,《奇怪的她》在韩国上映后,票房和口碑双赢,成为韩国的“国民喜剧”。陈正道表示,接拍该电影的主要原因是被剧本打动,感慨“这样好的故事应该说给观众听”。《奇怪的她》上映时,陈正道还在忙于上一部电影《催眠大师》的工作,因此错过了中国版与韩国版《奇怪的她》同期上映,但5月份《催眠大师》上映后就立刻开拍《重返20岁》。

提前看过《重返20岁》的黄东赫在现场盛赞该片比《奇怪的她》“更接地气更好看”。沈恩敬则表示《重返20岁》与《奇怪的她》有着完全不一样的味道,并连连称赞杨子姗的演技“给我留下了深刻的印象,尤其是广场舞那段,觉得她跳得好时好,好有趣”。

沈恩敬凭借在《奇怪的她》中的出色表演斩获了韩国多项表演大奖,更成为韩国百想艺术大赏史上最年轻的最佳女演员。在《重返20岁》中,杨子姗将饰演沈恩敬在《奇怪的她》中相对应的角色,跨年龄出演一个奶奶心、少女身的角色,寻求演技的突破。两位“奶奶”一见如故,相互点赞表扬。沈恩敬笑称,“成为韩国的‘国民奶奶’后,很多和我同龄的人都会对我用敬语”,杨子姗则表示现在走在路上听见别人喊“奶奶”都会回头!

# 展现一代伟人的峥嵘岁月

由上影集团、八一电影制片厂和解放军总后勤部电视艺术中心等单位联合摄制的大型重大革命历史题材电视剧《彭德怀元帅》,日前在北京开机。这部由全国政协原副主席赵南起上将和总后勤部政委刘源上将担任总顾问的电视剧,是一部以无产阶级革命家、军事家彭德怀元帅一生经历为主要内容的人物传记电视剧,由军旅编剧马继红、高军编剧,宋业明执导,在《北平无战事》等电视剧中有出色表现的董勇主演。

彭德怀的经历几乎就是中国人民解放军军史的缩影:他发动平江起义,从军阀混战到北伐战争,选择了共产主义作为自己的终生奋斗目标;他历经井冈山保卫战、五次反围剿到二万五千里长征、百团大战、西北鏖兵,终于在抗美援朝战争中打败了以世界头号军事强国美国为首的联合国军。全剧采取史诗性叙事与跳跃式创作手法相结合的方法,将峥嵘岁月、宏伟场景、辉煌历史红线串珠般地融合在一起,将把一位有血性、正直、一心为民的彭德怀立体地呈现在观众面前。

(华海)

