

中韩影视合作：

到了大干一场的时候

本报记者 苗春

中国和韩国地缘接近，文化相通，多年来文化合作交流频繁。2014年7月，《中韩电影合作协议》正式签署，中韩合拍片将在中国市场享受国产片待遇。...

韩国影视的版权购买，韩国影视技术人员到中国工作，考虑中国市场需求的合拍，IP（知识产权）本土化开发，资本深度合作——这是中国业内人士眼中，中韩影视合作的5个维度。...

中韩合拍片接地气才能长人气

小苗

在这次中韩影视文化产业论坛上，被提及最多的电影是中韩合作出品的喜剧片《重返20岁》。这部影片于今年1月8日起在中国上映，由台湾导演陈正道执导，杨子姗、归亚蕾、陈柏霖、鹿晗主演，讲述了一位七旬老太太不可思议地变身为妙龄少女，以新身份回到日常生活，引发的一系列啼笑皆非的奇幻故事。...

相对于韩国模式节目在中国电视荧屏风头正劲，韩剧不断在视频网站掀起收视热潮，韩国电影多年来在中国市场频频遭遇“寒流”。如2013年底引入中国的《狼少年》，在韩国曾刷新爱情片票房纪录，在中国却仅取得不到500万元人民币的票房。...

中韩合拍片在中国本土市场上成功的也比较少，大多折戟沉沙。比如2012年上映的《危险关系》由韩国著名导演许秦豪执导，著名编剧严歌苓执笔，中韩大咖张东健、章子怡、张柏芝主演，投资过亿元人民币，最终票房却只有5000万元；去年上映的《露水红颜》，由中国名导高希希执导，韩国的Rain、中国的刘亦菲主演，票房也只有6000余万元，票房成绩都低于预期。...

许多业内人士认为，这些影片的票房不尽如人意，原因多种多样：有的是作为批片进入中国，要考虑性价比来进行宣传，导致影片的宣传力度不够；韩国电影进入中国市场必须通过审查，导致延期上映，热潮已过，韩国影迷们有可能通过网络资源先期观看了；一些低成本韩国电影搞穿政治阴谋、揭示社会不公等主题，或者存在暴力血腥色情扭曲的内容，可能被删减数分钟。...

其实，导致韩国电影在中国没有得到应有关注的最重要原因，还是两国之间似乎相同实则存在很大的不同的社会文化现状。光线传媒董事长王长田指出，根据他们的调查，中国观众对韩国、中国的导演、演员混搭的班底感到找不到支点，不知道是韩国电影还是中国电影。另外，很多中韩合拍电影中，中国观众都知道演员是韩国人，而配音的效果中国观众很难接受。...

中韩业内人士都认为，《重返20岁》采取的新的合作方式对电影的成功起到了决定性作用。这个项目由韩国CJ公司发起，以一个韩国剧本在韩中两国各打造一个版本。韩国版本《奇怪的她》取得了当年韩国票房年度冠军的好成绩。中国这边的剧本由4位编剧重新进行了本土化，加入了广场舞、老年大学等内容。...

韩国导演姜帝圭曾指出韩国导演在中国拍的电影不接地气的问题，他认为这是韩国导演和中国观众之间缺乏了解造成的。“可能中国观众不太习惯韩国导演的表达方式。如果制片方仅仅看到某个韩国导演拍的韩国片不错，某个韩国编剧写的剧本也不错，就找他们来创作一部中国电影的话，就太生硬了。”他建议，中国制片方可以把韩国编剧写的剧本分发给200个随机挑选的观众，请他们看完之后给出修改意见，编剧再根据这些反馈对剧本进行修改。...

《重返20岁》的成功证明：中韩影视合作仍然大有可为，在尊重彼此不同的社会习俗和文化习惯的基础上，做一些更详细、更用心的工作，不断探索影视合作的新路径、新方法。《中韩电影合拍协议》已经生效，进口名额、批片等问题应不再存在，双方合作出新的成功影视作品，指日可待。

潘大吼：一只走向世界的熊猫

戴小蛮



熊猫潘大吼

刘丽作

4月17日，美国Star Century Pandaho Corporation(星世纪潘大吼有限公司)宣布公司招股书正式完成，4月20日在美国开始正式交易，当日股价为0.51美元。这意味着这只潘大吼(Pandaho)熊猫迈出了中国卡通形象走向世界的第一步。...

2006年，网络爆发“熊猫烧香”病毒事件，刘丽在其博客上发表了一幅“大吼烧香”漫画，天然呆萌的熊猫一下子消除了人们因病毒事件而对熊猫的排斥感，各大媒体竞相转载，熊猫“潘大吼”也从此风靡网络。...

潘大吼并不是一只常规意义上的熊猫，有自己的思想、世界、悲欢、欲望，他对社会有着自己的思考，他拥有引发中国现代都市人共鸣的亲切。潘大吼是音译名，Panda是熊猫的英文，ho是笑声的拟音，体现了潘大吼开心、豁达的经典形象。他有着每一个用心生活的成年人才能体味的幽默。2012年，《熊猫都是潘大吼》正式出版。...

刘丽表示：“潘大吼的吸引力在于我们了解人性，并保持独特个性。潘大吼的粉丝们都会像请一位好友一样带着他回家，一起外出吃饭，甚至一起去旅行。因为他们认为潘大吼和他们的视角一致，懂他们的诉求，并且像一位真正的好友一样以乐观心态影响着他们。”刘丽表示，最近几年，中国的多数动漫形象倾向于儿童群体，其商业价值的开发并不十分美好。国际上，动漫形象并不仅仅倾向某一个群体，因此其商业价值开发非常全面。从某种意义上来说，潘大吼系列漫画吸引的受众广泛，并不互相排斥。这一诞生于中国本土的动漫形象走出国门的重要原因就在这里。”

尤小刚说。

尤小刚指出，中国的影视创作现在比较浮躁，设备、制作、影像质量都已经达到了世界先进水平，技术上没有问题，问题就出在内容、故事。而韩剧在细节和戏剧逻辑冲突的处理上非常认真，经得起观众推敲，中国的作者不会花这么多时间去抠细节，双方正应加强合作，取长补短。...

近年来中韩的影视合作很多，许多韩国艺人加盟中国的电视剧、电影，韩国导演执导中国影视作品，韩国综艺节目模式在中国遍地开花，甚至很多韩剧的剧本模式都进行了中国化的翻拍。韩国著名娱乐经纪公司IHQ公司代表田龙宙非常赞同尤小刚的观点。他表示，中韩两国之间不单单要进行艺人交流、歌手交流，还应该超越这样的合作，有更深层次的合作。...

想办法抓住年轻观众

“我们做电视剧的时候，发现青年文化发展和社会相关联的现象。比如2007年电视剧《奋斗》很火，因为当时奥运会要来了，所有人都对未来充满希望，觉得我们只要奋斗就什么都会有。可是后来发现，房价提高了，很多人迫切地想解决住房问题，于是2009年《蜗居》火了。接下来房价高得不行，结婚买不起房，所以电视剧《裸婚》又火了。再过几年，年轻人压力太大了，怎么办？于是大家都想不如用挣的钱去享受世界，追求一些看上去美好的东西，所以《小时代》出来了。现在，你讲创业应该是没问题的，创业的故事就要讲互联网+、互联网思维，甚至吐槽微信朋友圈里面卖面膜的那帮人。”湖南卫视旗下天娱传媒副总裁兼首席文化官赵晖说。...

小人物的“中国梦”

于丽丽

数以亿计的农民工卷入城市化进程，在为经济快速发展贡献青春和力量的同时，也导致了家庭功能的破损，产生了留守儿童等社会问题。由中共重庆市委宣传部、重庆市黔江区人民政府、北京光影长河文化传播有限公司等联合出品的电视剧《侯天明的梦》，以黔江农民侯天明在家乡和北京职场打拼的经历为主线，讲述了一段两代农民工、两代留守儿童的故事。...



侯天明(右，白恩饰)和留守儿童(左二，柴碧云饰)在一起



《重返20岁》成为中韩电影合作的成功范例



浙江卫视购买韩国节目模式的《奔跑吧兄弟》非常受欢迎

材也会由观众决定。互联网观众的年龄为10—30岁，现在视频网站的发达，互联网的发达，使得大家的审美越来越接近，对于内容的接受度也更宽了。她透露，唐人正在跟韩国的一些制作公司谈合作，将网剧改编成韩国电视剧。“互联网题材更容易打破两地的文化差异，让我们之间的合作可以更快更直接。”中韩两国文化内容的交易量过去6年中增加了3倍。韩国韩文文化中心院长卢载宪认为：“世界文化中心现在逐步转移到亚洲，创造文化的亚洲是我们共同的想法，所以我们应该超越韩流，超越汉风，创造文化的亚洲流，创造亚洲风。”王长田说，现在中韩两国政府有很多政策支持，文化上两国之间也有很多认同，艺人相互熟悉，只是需要一个利益纽带把大家连接在一起。...

正视市场和文化差异

“我们公司自成立以来跟韩国公司谈过无数次合作，但没有一次成功。所以我一定要过来一下，看在这里能不能找到原因。”光线传媒董事长王长田的开场白，令听者振动。王长田说，日前有个著名的韩国公司跟光线谈合作时，表露了一些困惑。这个公司来自中国的签约艺人被培养好之后就离韩回国，马上接各种电影和广告，红透半边天，这令韩国人百思不得其解。王长田认为，这和现象其实反映了中韩两国在市场和文

化方面的巨大差异，这些差异是两国影视合作必须首先考虑的问题。他认为，在中国，电影目前是娱乐行业最强的推动力，也是发展最快最市场化的；但韩流是由音乐推动的，中国孩子在韩国也是首先被培养成歌手，回到中国，他首先考虑的是进入电影行业。如果在电影方面没有安排，艺人就会觉得未来没有保障”。再者，中国艺人的收入之高全世界罕有，至少二三十个中国艺人年收入会过亿元，但韩国艺人的收入受市场和行业规则限制，比较低。此外，中国互联网的发展使艺人的营销成本变得非常低廉，不太需要经纪公司，但韩国还是经纪公司控制艺人的体系。中韩不能忽视的差异还表现在中国对电影的管理政策、中国市场的欠缺合约意识以及民众的包容性不强等。

华策影视副总经理兼首席战略官王丛告诉记者，韩国影视公司已经成为华策最重要的海外战略合作伙伴，双方多年来从内容生产、演员合约到投资有不少合作。华策已经筹备了多部中韩合拍电影，即将进行大批量大规模合作；去年，华策全额投资了韩国电视剧《Kill Me Heal Me》，今年初播出时收视率在整个韩国位列前三。王丛表示，韩国娱乐产业缔造的作品、明星、流行文化受到中国目前的主流消费群体喜爱以及韩国本土市场小，娱乐业发达，中国缺乏好故事和制作人员，但有巨大市场，双方正好可以互补。

要有更深层次的合作

“目前，韩国电视剧还是在比较单向地输入中国，中国电视剧输出韩国不太理想。”中国电视制作产业协会会长、北京京都世纪文化董事长

《迷与狂》反映大学毕业生初出茅庐百态

由浙江本真影视公司出品的喜剧电影《迷与狂》目前正在公映。该片反映的是3个大学毕业生刚刚走出校门，经历应聘、上班、辞职等让人亦哭亦笑亦怜的历程，是一部真实体现当下年轻人在现实与梦想之间、事业与爱情之间的困惑和迷惘的黑色幽默喜剧。

影片出品人、总制片人卢瑛说：“本真影视致力于成为中国喜剧电影优秀制作商，但仅仅是喜剧还不够，喜剧片要有意，不能胡编乱造。相信这部电影让年轻朋友们获得快乐的同时，也能获得启迪。”一些看过影片的大学生表示，虽然大家来自不同的地域，各自的风俗习惯、思想观念也有所差别，但是大家对青春的理解都是类似的，都经历过青春的迷与狂，影片讲述的故事让他们很有共鸣。该片由颜廷录编剧、导演，主演有姜潮、蒋雪鸣、王厦、杨清、蒋毅弘、雷迪等。(文 依)

电影《孝子楼》在京首映

由河南影视集团出品的小成本电影《孝子楼》日前在京首映。该片以竞选孝子为主线，讲述各色人物都抱着各自复杂的心态来竞选孝子，由此引发了一系列令人啼笑皆非的故事：光棍梁天喜衣锦还乡，却发现故乡存在很多不赡养老人的恶劣现象。他在村里盖了一栋孝子楼，在全村开展争当孝子的活动，获胜者将获得孝子楼的产权。一时间村里的不孝子争着孝顺老人，村里的陋习终于被改掉了。

剧中孝子原型之一刘迅甫，曾被评为“中原十大孝子”，他的事迹给编剧张芳带来了剧本写作的灵感。导演马会雷表示，这部电影后期制作进行了近一年，希望这部投资800万元的小成本电影能促进社会正能量的传播。(李渝文 余晓建)