

中外合拍助力中国电影蝶变

本报记者 李 婕

不久前，北京钓鱼台国宾馆迎来一批中国与澳大利亚电影行业的大咖，中澳电影产业合作庆典暨“十亿红妆”中澳合拍电影池签约仪式在这里举行。从“十亿红妆”到红毯之约，与会嘉宾普遍认为，许多中澳电影界的“美妙婚姻”将揭开序幕。

“十亿红妆”、电影合拍、资金返款，又一个中外电影合拍协议转化为真金白银的落地项目。从中国元素的点缀起步，如今的中国电影产业已经大步走向中外合拍的新阶段。中外电影合拍意味着什么？这一潮流是如何形成的？未来有怎样的前景？记者就此采访了相关专家与业内人士。

电影合拍越来越热

在当天的签约仪式上，《读梦者联盟》《东北往事之文艺青年》《悉尼和稀泥》《今天不回家》等7部影片成功签约，投资金额从6000万到4亿元人民币不等。

“十亿红妆”是由悉尼电影制片公司发起，聚焦大型电影及相关产业开发的国际合作项目。不过，这并不是中澳之间首次进行批次电影合作。早在2007年，中澳两国就签署了《中澳电影合作拍摄协议》，之后的10年间，5部中澳合拍影片诞生。

所谓中外合拍，就是中外制片公司共同投资、拍摄影片，版权共有、风险共担、利益共享的合作形式。中国对“合拍”的认定有诸如投资比例等可量化的标准。合拍片经审批获得资质后，可享受国产片待遇。

据中国电影合作制片公司统计，仅2016年一年，获准立项的合拍故事片就达到89部，创下历年合拍片立项数量的新高。同时，在2016年国产片票房排行榜前10名中，有8部影片为合拍片。

而目前来自北京国际电影节的消息则显示，2016年中国产出的700余部影片中，中外合拍片达73部，约占总数的1/10。合拍片已成为中国电影市场不可或缺的重要组成部分。



图为4月21日，中国驻美国大使馆在美国首都华盛顿举行《我们诞生在中国》影展映活动，庆祝这一中外合拍影片开始全球公映。

“电影合拍很有价值，我们可以分享文化、交流故事。更重要的是通过共事与合作，我们可以一起打造国际化的电影。只有合作才能让双方获益。”澳大利亚电影国际合作署总裁黛布拉·理查兹在接受本报记者采访时说。

北京市社会科学院副研究员景俊美对本报记者分析指出，“在信息化时代，影视传播是文化传播的生力军。在文化内容消费上，影视消费占有重要份额。就目前我国电影产业的发展趋势而言，中外合拍趋向火热在情理之中。这种发展趋势，无论对文化还是对产业，都大有裨益。”

巨大市场生机勃勃

合拍如今大热，但中国电影“走出去”的大幕直到20

世纪90年代才逐渐开启。从中国元素点缀、中国面孔偶尔露脸，到试水好莱坞以及输出演员、技术和资本，再到如今谈“大手笔”的合作，这其中既折射出世界电影业格局的变化，更突显中国电影业这些年的巨变。

“中国电影市场是巨大的，电影荧幕数量众多，票房市场潜力巨大。这对电影界来说是一个巨大的机遇，所有人都需要内容，而我们知道如何制作好的内容。”黛布拉·理查兹说。

数据显示，目前中国拥有电影荧幕超过4.3万块，居世界第一；年票房达到457亿元，成为仅次于北美的全球第二大票房市场。2016年，中国观影总人数达14亿人次，这一数量超过美国、加拿大两国的总和13.2亿人次。

近些年，中外合拍片也迅速在中国市场占得一席之地。不少叫好又叫座的影片都有着跨国合作的“基因”，例如，《功夫熊猫3》《绝地逃亡》《长城》等均为合拍片，票房均在8亿元人民币以上。

《黑客帝国》制片人、澳大利亚电影界领军人物安德鲁·梅森对本报记者表示，“中国的电影业发展迅速，电影市场的增长速度很快，中国观众的观影热情更是引人注目，这些共同形成了对优质内容的市场需求，我们应该抓住这个机遇。”

潜力巨大的中国电影市场获得了国际电影人的青睐，而中国电影界也渴求着向外学习与交流。

文化部中外文化交流中心影视处处长张辛表示，这些年，中国电影市场发展速度很快，未来更需要进入提质的阶段。目前，中国电影市场上有相当一部分是国外大片，我们应该提高民族电影票房，要向发达国家学习。

“十亿红妆”就是这种紧密合作态势下的典型产物，项目计划在2017—2018年，将10部中澳合拍项目引入澳大利亚；到2020年，将20部中澳合拍影视作品引入澳大利亚，并建立中澳电影合拍的长期框架及模式。

技术资本深度交融

最近有一部中外合拍片在北美大受欢迎，这部名为《我们诞生在中国》的动物纪录片刚一上映，便成为北美新片首个周末票房冠军。影片由美国、中国、英国联合拍摄，SMG尚世影业、迪士尼影业、北京环球艺动影业联合出品，深度的国际合作让这部片子成为合拍片中最新的成功案例。

联合出品、联合拍摄，资本加技术，已经成为电影合拍片中最醒目的标签。

近年来，资本在电影界的跨国合作中频频出手。华策影业加速启动与韩国的合拍IP计划；七星电影则瞄准俄罗斯，拟以8000万美元预算合拍“俄罗斯方块系列电影”；阿里影业甚至收购了由好莱坞著名导演斯皮尔伯格创立的电影制作公司的部分股权，加深双方在投资、联合制作、衍生品等领域的合作……

为了加速进程，资本合作有时还伴随着优惠政策。例如，在“十亿红妆”计划中，中澳联合摄制的合拍电影项目可申请额度高达40%的中澳合拍片返款。



图为第七届北京国际电影节中外电影合作论坛在北京举行。

鲁 鹏 摄（新华社发）

在2016国产片票房排行榜前10名中，《美人鱼》《湄公河行动》《澳门风云3》《功夫熊猫3》《长城》《绝地逃亡》等合拍片就占据了8席。

当前，中国电影市场正在快速崛起，而中外合拍影片的潮流演进之快，更是让普通观众吃了一惊。早些年，合拍片还因为“貌合神离”“伪合拍”“贴拍片”等问题为人诟病，而今越来越多既叫好又叫座的合拍片涌现出来，为电影市场增色不少。开展电影国际合作，要合拍，更要“合拍”。

一方面，合拍似乎形成一股不可阻挡的潮流。国际市场正快速一体化，电影产业也不例外。一部好电影的故事取材早已不仅仅局限在国内市场，这从各大国际电影节上的热闹非凡便可见一斑。而作为一门艺术来说，电影也需要国际合作与交流，更迭不断的电影摄制技术、流变的叙事方式与艺术表达，都值得电影人在合作中探索与提升。另外，从现实来看，各国提供的各类优惠政策，也让合拍成为难以拒绝的选择。

中国电影市场发展迅猛，但电影制作技术与市场需求之间尚有缺口。中国电影人不妨抓住这一轮合拍潮的契机，既在合作中磨炼自身，又以中国的独特优势，进一步打开深化国际合作、深入国际市场的大门。

另一方面，合拍还需要更“合拍”。因为涉及不同语言与文化背景，电影的国际合作从一开始并非易事。如何跨越这种障碍，打造出适应不同国家观众的需求甚至被全球观众接纳的影片，成了最大考验。“合拍”应从何开始呢？

首先在故事。在日前举办的北京国际电影节上，一众全球著名导演聚首，无不强调好故事的重要性。从《功夫熊猫》到《我们诞生在中国》，其成功背后有一个共同特征，就是从一开始就有极具有中国特色的好故事。由这个故事延伸开来，才有后续合作的成功。合拍风潮正劲，诱惑不少，但更多业内人士说，不要为了政策去合拍，而要从共同讲述一个好故事的初衷开始。

其次在伙伴。好故事是基础，但电影生产是个团队活。有制片人谈到，除了寻找与磨合好剧本，绝大多数时候，他们都在寻求合适的合作伙伴与团队。为了制作一部好电影，不同国别的团队之间要建立了解、信任甚至默契。“就像一桩婚姻”，有受访者说，只有双方互相吸引、有激情、能磨合，合作才能持续，电影才能体现出高水平与高质量。

而就中国电影界来说，需下的功夫还有很多。比如，眼下一个最突出的问题就是，开展电影产业的国际合作，需要能够进行双语沟通的电影制作人才。合拍电影虽已不新鲜，但要把这件事做好，任重而道远。

祝愿中外电影合拍更“合拍”。

要合拍，更要
【合拍】

李 婕



电影《美人鱼》海报



电影《功夫熊猫3》海报



电影《北京遇上西雅图之不二情书》海报

开放谈