

中国电影：而今迈步从头越

本报实习记者 张晓楠

2008年岁末的中国电影市场,火爆程度让人吃惊。进入12月贺岁档期的每个周末,在京城各大电影院的售票大厅都能看到排队买票的长龙,12月24日的平安夜,更是一票难求,很多买不到票的人不得不选择了其他的过节方式。从某种程度上说,中国电影的2008年,是一个丰收的大年,创作和票房获得双赢,为2009年的电影市场打下了坚实基础。

国产电影票房口碑双赢

继2007年中国电影取得33亿元的票房之后,2008年,随着电影档期的成熟,暑期档、国庆档和贺岁档每个大型档期都有优异表现,全年总票房突破了40亿元,电影市场的综合收入超过82亿元,增幅超过历年。吴宇森的《赤壁》(上)在暑期档取得了3.16亿元票房,一家独大,国庆档中,宁夏电影制片厂和上影集团等联合出品的《画皮》也拿下了2.3亿元的票房。从11月下旬,每周有数部以贺岁为名号

中小成本电影成绩优异

2008年,电影市场不再是传统上的大片一统江湖的时代了,中小成本影片的表现让人惊喜。一批新生代导演给中国电影市场带来了勃勃生机。

中小成本之中的佼佼者要数2008年8月份上映的《十全九美》,该片以3000万元的投资最终拿下近5000万元的票房。国庆档期上映的《李米的猜想》、《即日启程》等不仅活跃了市场,也为中小成本电影赢得了良好的口碑。贺岁档期中此类电影更是令人眼花缭乱,《爱呼2》、《桃花运》、《狼牙》等一批电影不惧大片的锋芒,灵活运用各种策略,挤进贺岁档,构

2009,电影产业的发展机遇

电影市场的健康发展,也为我国电影产业规避金融风险提供了最大限度的保障。随着金融危机逐渐在全球蔓延开来,中国的电影产业在这次全球性的金融危机中也将不可避免受到影响。2009年,金融危机中的中国电影产业如何发展,将是所有电影人必须面对的一个重要课题。

金融危机首先会使电影产业的融资出现困难。中国电影产业的融资渠道主要有海内外企业投资、风险投资、广告投入、版权销售、个人融资、政府出资、间接赞助和电影基金资助等,由于投资方的资金链、资金源和投资信心等因素,所有这些融资来源都受到影响,另外虽然中影集团、华谊兄弟、光线传媒等影视公司的上市步骤会继续进行,但是因为股市大跌,其融资额度也不容乐观。同时,因为投入的削减,电影的质量估计也会受到影响。

但从全球的角度来看,影响更大的将是对外依存度比较大的国际电影巨头,因为企业资

的新片入市,电影消费再掀高潮。陈凯歌的文艺大片《梅兰芳》的票房轻松过亿,冯小刚作品《非诚勿扰》首周以8000万元左右票房登顶,上映两周多,票房已经突破2.1亿元,冯小刚此前对本片票房过两亿的言论已经成为现实了。国产电影的票房能力已经得到明显增强。

票房成绩喜人的同时,获得肯定的还有中国电影的口碑。中国电影特别是国产大片曾经走了一段弯路,陈凯歌、冯小刚等知名导演都

成了电影市场百花齐放的良好局面。

此外,这一年出众的中小成本电影还有《我叫刘跃进》、《千钧一发》、《破冰》、《地心游记》、《硬汉》、《胡同里的阳光》、《一年到头》、《买买提的2008》、《两个人的房间》、《隐形的翅膀》等。虽然这些电影无论在包装、宣传及影响力上都无法与大片相提并论,但它们不卑不亢、独辟蹊径的叙事风格仍然在电影市场上赢得了观众和人气,这让人从中看到了近年来华语电影日渐成熟、前景看好的苗头,中国电影正逐渐形成以大片为主、中小为辅的良好性格。

除了中小成本电影的良性发展之外,中国

金投入大,拍摄项目多,危机时期国际贸易壁垒加大等等问题,会造成国际电影巨头的国际市场有一定规模的萎缩。这样,就给中国电影产业的崛起带来了机会。一个可借鉴的例子就是韩国,1998年的亚洲金融危机中,韩国的电影产业凭借国家政策扶持,走出亚洲,走向全球。中国电影产业2007年和2008年的良好增长势头为进一步发展奠定了资金基础,并且积累了电影制作和发行的经验,配合着国家在拉动内需和扶持文化产业方面的政策,2009年或许能成为中国电影产业在世界崛起的一个机遇。

据了解,冯小刚下一部影片《余震》已经排上日程。经过两年的奥运工作之后,张艺谋也回归了电影制作,他的新片预计将在2009年制作,同时,在去年贺岁档期中尝到了甜头的中影公司和华谊兄弟已经雄心勃勃地制作下一步的拍摄计划了。2009年的中国电影,依然令人期待。

曾经拍摄过大制作的商业古装大片,然而无论是《无极》,还是《夜宴》,这些大片几乎都得到了半边倒的恶评。经过2007年《集结号》和《投名状》的反思之后,2008年,导演们重新回归了自己最拿手的领域,陈凯歌的传记大片《梅兰芳》被认为是他的翻身制作,评论家们都给出了很高的评价,认为不仅讲述了一个好故事,还体现了民族精神和民族气节,是商业性和艺术性有机结合的一个典范之作。

类型电影也开始成熟起来,类型电影是电影商业的主力军,各种类型电影会形成自己相对稳定的观众群。纵观2008年的电影类型,可谓多点开花,精品迭出。《画皮》亮出了前所未有的东方新魔幻的旗号,《风云决》、《葫芦兄弟》也弥补了国产动画电影的空白。而战争史诗有《赤壁》,人物传记有《梅兰芳》,爱情喜剧有《桃花运》、《十全九美》、《爱呼2》,都市悬疑有《李米的猜想》、《秘岸》,惊悚片有《保持通话》、《证人》,功夫片有《剑蝶》、《叶问》。不同类型电影延续了2006年以来的良好势头,已经培育了相对稳定的观众群并拥有了各自的代表作。



电影《非诚勿扰》剧照

影视人语

吴宇森:《赤壁》是世界的大片

《赤壁》(上)的全球票房已经突破7亿元人民币,在《赤壁》(下)上映前夕,导演吴宇森在接受媒体采访时表示,电影没有国界,《赤壁》是世界大片,而这正是其获得全球高票房的秘笈。吴宇森说当初拍摄《赤壁》的目标就是希望能够超越文化和历史背景的隔阂,让西方观众欣赏到亚洲版的《特洛伊》,同时也让东方的观众能从这个耳熟能详的故事中找到新的视角。同时,他也希望向世人证明,中国人完全有能力拍出好莱坞大片水准的中国影片。

吴宇森说,在10年前,拍摄《赤壁》这样题材的电影还是无法想象的,因为当时的技术和资源无力支撑一部规模如此宏大的影片。而现在有了敬业的团队,再加上最新的电影科技,我们近乎完美地还原了中国古代惊心动魄的战争场景。吴宇森希望当观众在看《赤壁》的时候,不是把它看作是中国大片或者好莱坞大片,而是世界大片。

(吴宇森,著名导演)

于冬:影视融资需要良性循环

近日,在谈到金融危机下中国电影的出路时,保利博纳总裁于冬说,银行紧收银根的时候,文化产业要想通过贷款得到更多的资金,关键是要给银行信心。

他说,比如《画皮》通过北京银行贷款1000万,但这个公司只有100万注册资金,100万的公司要贷1000万,拿什么担保?其实比较成熟的电影市场都有完片保证,因为这个片子已经花了5000万去拍,至少1000万卖得回来,银行对这个项目的盈利情况会有一个基本的判断。100万的公司想贷款1000万,这也给我们提出了新课题,就是怎么让金融资本进入我们的影视产业。我们是不是应该有专业的完片保证公司,专业的担保公司对项目进行评估,银行才能把钱放出来。银行放出来之后,影视公司履行合约,第一笔收回来的款要先还银行。这样影视公司的融资才能进入良性发展,而不是像现在有些老板要把自己房产押上去贷款。银行最终还是把1000万贷给了一个100万的公司,《画皮》票房大获成功,也为银行带来了信心。

(于冬,保利博纳电影发行有限公司总裁)

沃马克:合拍片或是中国电影走出去的捷径

在日前结束的“巴黎中国电影展映”活动中,针对当今电影市场竞争激烈,一部电影的全球发行变得越来越难的情况,该活动艺术总监马修·沃马克说,在这种形势下,中国电影想更好地在法国市场谋求发展,合作拍片也许是一条捷径。

他说:“在我看来,电影都是由美丽的相遇开始的,导演遇到编剧,编剧遇到故事,制片人遇到演员……法中电影界的合作也应由相遇开始,有了美丽的相遇,才能相互有更多了解、理解以及帮助。合拍片应该说是最完美相遇的表现形式,是全方位的。中国制片人、导演、演员可利用这种合作形式走进法国观众心里,中国电影也可利用这种机会全面展现自己,进而为中国电影向法国乃至世界电影市场的推广打下良好基础。”

“中国现代导演已开始用中国视角看世界,用中国方式讲述发生在世界上的故事”。沃马克说:“事实上,中国电影界有很多好导演和好演员,中国电影大有可为。中国电影在向法国、向全球市场推广过程中应利用这些优势,全面展示中国电影的历史、发展和未来。”

(沃马克,法国电影人,巴黎中国电影展映艺术总监)

广东音像城举办(全国)音像展销会

本报讯 广东音像城第8届(全国)音像展销会暨建城12周年庆典活动于2008年12月28日至30日在广东音像城举行,来自全国各地的音像经销商和零售商参加了

展销会,《梅兰芳》、《硬汉》和《赤壁》等大片光碟,《珠江水·南国情》、《东方牡丹》、《碧水禅心》专辑等一批新节目在展销会上亮相。

广东音像城自建立以来,已

中视体育联手央视英语频道

本报讯 作为我国唯一一个24小时不间断播出的英语频道,中央电视台英语频道(CCTV-9)从今年1月1日起与中视体育联手,着力拓展国内外市场,更好地向世界传播中国声音。

中视体育董事长、中央电

视体育节目中心主任江和平表示,中视体育将认真研究央视英语频道现有的节目内容和形态,根据英语频道的特色,为其量身定制包括植入式广告在内的一整套商业运营模式,使节目与客户、市场、观众产生良好互动,让英语频道

朱婧《天空的边际》专辑发布



本报讯 2008年12月29日,来自云南的歌手朱婧在北京发布了首张个人专辑《天空的边际》。专辑收录新老歌曲11首,其中包括朱婧2004年所发行EP中的3首新歌,以及曾获得国内各大排行榜冠军的《蚂蚁》、《为什么》等新歌。

生于普洱、长于昆明的朱婧,恬静清亮的声音传达出一个20

岁女孩的从容与天真。她从14岁起便用音乐表达自我,15岁时被香港大国翼星有限公司著名经纪人李进发掘,开始了自己的音乐之路,并成为大国翼星目前唯一的内地签约艺人。当昆明人选“全国十大最具幸福感城市”时,朱婧也被评为昆明市幸福歌手,并为家乡拍摄了“畅享生活,浪漫昆明”的宣传片。

(远文)

有话就说

冯小刚回归贺岁喜剧的作品《非诚勿扰》上映以来,票房高奏凯歌,迅速突破两亿元,但同时,该片也因存在大量的植入式广告而被观众批评,观众认为这些广告严重影响了电影的质量。

所谓植入式广告,其实就是通常所说的软广告。这类广告隐藏在电影的叙事之中,多数情况下以电影道具的形式出现。比如早先007系列电影之中的宝马车,《变形金刚》中的雪佛兰汽车等,国产片较早出现植入式广告的当属冯小刚作品,比如《一声叹息》、《手机》、《天下无贼》,就出现了银行信用卡、某品牌的润滑油,甚至正在销售的楼盘等。应该说,大多数情况下,这些广告并不影响观众对电影故事的理解。而对于商家和电影制片方而言,植入式广告也越来越成为双方看好的一种合作形式。

一方面,随着近年来中国电影质量的提高,票房节节攀升,国产电影的知名度和影响力得到了大幅提高,商家越来越看重电影这个平台。同时,相对于电影开始之前大量的贴片广告,植入式广告显然要更巧妙一些。植入式广告将商品揉进故事之中,在创意上先胜了一筹,同时又是潜移默化地影响观众,让观众在不知不觉中认同电影的宣传,这显然要比抢占观众时间、硬性灌输的广告要强得多,更能得到观众的理解,商家也更愿意选择这种方式来做广告。

另一方面,作为一种融资方式,植入式广告因弥补了影片拍

摄经费的不足,大大降低了高成本影片的投资风险而为制片方所采纳。广告作为影视产业中帮助投资方回笼资金降低风险的有效手段,在国际影视界已经是一种普遍做法。据了解,电影《非诚勿扰》已经靠植入广告收回了一半投资。

笔者认为,植入式广告的出现和发展,从另一个侧面也说明了我国电影产业的运作越来越成熟。投拍高成本大制作的影片,资金问题曾困扰着电影人,而植入式广告的出现一定程度上缓解了这一压力。这一点,相信观众是能够理解和接受的。观众所反感的是那些生硬突兀的植入式广告。

植入式广告做得好与不好,则是考验制片方能力的重要因素,将广告巧妙地糅合进情节之中而不影响情节的发展,这才是好的广告,相反,让观众觉得生硬和突兀,游离于情节之外的,就是败笔。《非诚勿扰》中,二者并存,航空公司和汽车的广告都让观众觉得自然和顺畅,某信用卡和房地产的广告则简单生硬。冯小刚自己也坦言对于本片中较为生硬的植入式广告心存遗憾,下一次运作时会特别注意加以改进。

植入式广告并没有错。电影制作方也好,广告商也好,努力的方向应该是如何使植入式广告更好地和电影故事融合在一起,让观众欣赏到纯粹好看的电影,当然,对于其中比较自然顺畅的植入式广告,观众也就爱屋及乌了。

好莱坞票房 谁悲谁喜

据新华社消息 对于埃迪·墨菲、尼古拉斯·凯奇和凯文·科斯特纳来说,2008年充满了失望。他们主演的一些大制作影片均受到观众冷落。与之相反,“超级英雄片”的卖座率却很高。

西班牙埃菲社日前报道说,2008年,《黑暗骑士》、《钢铁侠》、《夺宝奇兵》和《全民超人》风靡全球,只有动画片《机器人总动员》、《功夫熊猫》和根据热门电视连续剧改编的同名情感剧《欲望都市》能够和它们竞争。第六部蝙蝠侠系列影片《黑暗骑士》以高约10亿美元的票房成为最大赢家,也是好莱坞历史上仅次于票房冠军《泰坦尼克号》的最卖座电影。

上年度最为失望的是20世纪福克斯电影公司,由它制作的大部分电影都被大众冷落。例如,去年7月由埃迪·墨菲领衔主演的《戴夫号飞船》在全美3000个影院上映,迄今只获得5000万美元的票房,还不足以弥补制作成本,而且票房中只有23%来自美国观众。另一部失败的电影是由汤姆·汉克斯担任制片人、由比尔·默里主演的《微光城市》。该片从去年10月份就开始了宣传,最终其全球票房收入

还不到1300万美元。相比之下,《X档案2:我要相信》的境况还算说得过去,这得益于该剧在海外拥有众多追捧者。由卖座演员维恩·狄塞耳主演的《生死新纪元》也得靠国外的观众来填补其在美国本土的糟糕票房。

去年所有好莱坞大制作影片的卖座情况都不理想。《黑暗骑士》的制作方华纳兄弟影片公司出品的另一部大片《极速赛车手》尽管有炫目的演员名单,还请回了瓦霍夫斯基兄弟执导,但也没能赚回1.2亿美元的影片投资。电影制片方请大牌明星演出也没能保住票房收入的例子还包括莱昂纳多·迪卡普里奥主演的《谎言之躯》。另外奥利弗·斯通的《布什》遭遇失败,说明在总统选举年,美国公民不愿在电影中看到政治家的身影。

2008年电影界的最大新鲜感来自收益不错的动画片,如《机器人总动员》、《功夫熊猫》和《闪电狗》等。这种新鲜感还来自三维动作片的回归。但尽管三维电影发展迅速,2009年好莱坞将因为金融危机的影响而减少出品这类影片。

“因为我知道观众想看什么”

——冯小刚与大学生聊《非诚勿扰》

本报记者 林瑞华

面征婚的部分可以不要,可以集中写葛优和舒淇的故事,但这时距开机时间已经很近了。冯小刚说:“如果再给我一个月时间弄剧本的话,我就只用征婚开个头,然后,从北海道开始继续写他们俩。那样就会完全变成另一个爱情故事。”

冯小刚坦率地表示,关于这部电影,“我脑子里没有任何野心,就是想拍一个让大家看着不累、好玩儿的电影,让大家看个乐吧。当然,我需要它有一个很高的票房。一开始有人对这部片子的票房预期不好,但我预测这部片子的票房会非常高,因为我知道观众想看什么。但是对电影剧本的结构,的确还是

喜剧了,自己很想拍,而一些朋友或观众也一再表示希望看到他和葛优合作的喜剧片,另外,他前面拍的几部片子虽然票房都不错,但毕竟成本过高,公司也想拍一部投资小、利润高的影片。

《非诚勿扰》由冯小刚挑编剧和导演,同学们非常好奇为什么冯导会选择一个“征婚”的框架,并在这一框架内插入了一个悲剧人物故事,使得两条线索交织发展。冯小刚说,最初的构思就是通过给葛优征婚,然后找一堆不靠谱的人来跟葛优见面,这样就可以有足够的笑料来支撑全剧,但当剧本写到葛优和舒淇见面这一段时,他突然感觉前

“就想拍一部看着不累的电影”

谈到拍摄《非诚勿扰》的初衷,冯小刚直言,一方面是有几年没拍

有些遗憾。”

“艺术片和商业片中间有堵墙”

作为国内最成功的商业片导演之一,冯小刚导演的影片屡屡打破各项票房纪录。有同学问冯导,电影一定要分为商业片和艺术片吗?冯小刚说:“干脆我们就说大众电影还是小众电影吧,在《非诚勿扰》这部电影里,舒淇往海里一跳,按小众电影来讲就完结了,但现在我们又把她给找着了,还救了她。因为这是大众需要,他们要看到她跟葛优好,这才是一个喜剧的结尾。”

冯小刚说,大众和小众没有中

间道路可以走,“既然我这部片子必须要有观众,有票房,我就不能犹豫。大众和小众中间有堵墙,这墙穿不过去,也推不倒。”

当有同学问冯导今后是否会继续尝试这一风格的电影时,冯小刚说,这类电影拍着看着都轻松,拍摄的时候更麻烦。如果有机会,像《非诚勿扰》后半路的北海道风格是可以延续下去的。他幽默地说,舒淇本来在拍完《非诚勿扰》之后要去纽约度假,但她在拍完北海道的戏之后,感觉就像度了一次假一样,所以纽约之行也取消了。