

3D影视是怎样“炼”成的

——第十九届北京国际广播电影电视设备展览会侧记

本报记者 高艳鸽

8月23日至26日,由国家广播电影电视总局主办的第十九届北京国际广播电影电视设备展览会(简称BIRTV)在北京国际展览中心举行。本届展会展出面积5万余平方米,共有来自国内外的400多家参展厂商全面展示了最先进的广播影视设备技术成果。

不管是第一次参加还是已来过多次,参展商和参观者都会在本届BIRTV上收获惊喜。的确,技术紧跟时代发展很快,甚至可以超越时代,尤其是本届展会上,3D电影等新兴的电影产品异军突起。

3D影视作品吸引眼球

《阿凡达》在全球票房的成功,使3D成为当下电影市场的关键词,也由此在世界范围内掀起了一股3D拍摄热潮。本届展会上,3D也成为当之无愧的亮点,对时下世界先进的3D拍摄和制作设备技术的展示,可谓是让更多人开了眼界。

在1号馆中国电器器材公司的展位,一位外国工程师在现场演示3D的后期制作,吸引了很多参观者戴上3D眼镜观看。中影器材公司的工作人员告诉记者,该工程师来自西班牙,他正在操作的这套设备,主要是为3D电影进行后期编辑、调色、剪辑等,这是公司后期器材小组今年主要代理的两大产品之一。他说:“这款产品比我们去年代理的产品要先进很多,有很多新的特性,针对的客户主要是大型的电影后期制作工作室。”

不能不承认一些国外品牌在技术上起到的引领作用。在3号馆,松下电器(中国)有限公司的展位占据了相当大的面积,其中它的3D拍摄区,参观的人群可以用络绎不绝来形容,连其他参展商都对记者说:“3号馆被松下搞得热热闹闹。”在拍摄区,展示了松下最新的产品——3D摄录一体机。工作人员介绍,3D目前的拍摄方式都是采用双机,在现场拍摄时切换场景调整机位非常麻烦,而这款新产品“把原来的一套设备变成了双镜头的两路取景,用这样一台机器就可以完成3D的

拍摄”,其操作“就像操作普通摄影机一样”,可以用来拍摄3D数字电影、电视节目、广告等。“有了这套设备,大大提高了工作效率,而且可以让更多的人踏入3D制作的门槛。”

为了展示这款新产品的效果,拍摄区请了漂亮的女模特,观众戴上3D眼镜就可以通过3D高清监视器实时看到模特的各种动作,加上有摇椅、悬挂的玩偶等道具,拍摄出来的画面立体感很强。这种崭新的视觉体验吸引了众多参观者。工作人员对记者说,从上午9点开馆到下午5点闭馆,除了吃饭时间,他几乎从未离开过展台,“一直在向参观者解释产品的功能甚至讲述3D知识。”

国产影院设备商的突围

对于一些相对先进的国外技术和设备,很多中国人的心态是高山仰止或盲目崇拜,并认为国产品牌很难赶上或者超越。本届展会为国产电影放映设备等产品的展示提供了展示的平台,从中可以看出国内技术和国外技术存在的差距,但同时更可以看到国产品牌在新产品的研发和开拓市场上做出的努力。

天津中环东风电机机械制造有限公司打造的东风牌电影放映机及影院配套设备,已经是具有近50年历史的国产老品牌了。该品牌在参展商中也是“元老级”了,工作人员介绍,从第一届BIRTV起,“东风”每年都来参展,“老品牌也要进一步开拓市场。”

几乎可以说,作为伴着国产电影一路走过来的老品牌,致力于影院工程的“东风”一定程度上见证了国产电影市场的发展历程,并能敏感捕捉到一些趋势和变化。比如公司的业务直接反映出数字电影正在取代胶片电影的趋势,该工作人员说:“现在数字放映机的销售情况不错,胶片放映机不怎么好。”

至于国产品牌的技术含量和国外品牌相比如何,该工作人员坦言,数字行业现在还比不上,“比如2k数字放映机国内现在还

研制不出来,需要进口,国内的技术只能做到1.3k。”

在国外的3D技术带给人们很多赞叹之时,国产3D品牌也在积聚着一股不容忽视的力量。雷欧尼斯(北京)科技有限公司作为国内新兴的致力于数字电影解决方案的企业,在本届展会上也带来了自主研发的3D系统、数字电影广告制作系统、数字电影播放服务器等。国产品牌的关注度无疑令人欣喜的。该公司负责人对记者说,此次参展的效果还不错,“产品受到了来自全国各地的院线、影院及代理商的关注,有100多个客户很感兴趣,更可喜的是由于产品有价格优势,来自印度、日本等国的客户也表示愿意使用我们的产品。”

3D电视节目就要来了?

3D热在国内市场引发的反应是,在引进更多的3D影片满足观众需求的同时,国内3D电视节目的制作问题也浮出水面。对于一些急切想看3D电视节目的观众来说,这个等待似乎有点久。

制作3D电视节目需要哪些前提和环节?瓶颈又在哪里?

在本届展会上,10号馆用充足的空间展示了制作3D电视节目的每个环节:作为全球高端品牌的宽泰展示了3D电视节目的后期制作;由两组模特组成的拍摄现场;电视墙上,4台不同牌子的3D电视机实时播出了其中一组模特在打台球的场景。

宽泰中国区总经理王永升告诉记者,该展区是宽泰和展会组委会以及中国3D产业联盟共同布置完成的,目的是展现一个完整的产业链,“让国内客户真正了解整个3D电视节目制作的每个细节”。关于制作3D电视节目的背景,他分析:“现在康佳、长虹等都推出了3D电视机,未来电视机都会有立体功能,这种情况下,厂家需要3D节目来推动市场的消费,观众对3D的热情也很高,这促使我们考虑,要加快发展电影电视节目的立体制作。”

“消费者大可以放心购买3D电视机,3D电视节目很快就要来了。”东升数码影音设备有限公司

总经理王永升说。在1号馆参展的东升公司展出了最新研发的3D即拍即播技术。王永升介绍,这套3D电视直播的设备,曾经在深圳卫视进行了3D电视的拍编播试验,试验很成功。

“制作3D电视节目并不准。”王永升认为,现在面临的问题是培养专门的3D拍摄技术人才,“2D和3D最根本的区别就是把过去的单镜头拍摄增加为双镜头拍摄,所以要把景深拍得合适,这需要拍摄经验和理论计算相结合。”

此外,从市场角度看,资金是个难题。王永升介绍,开发3D电视市场,需要技术和设备的投入,“所以我们需要更多的资金来生产和完善国产3D拍摄设备。”

此外,3D电视产业链现在也不够通畅,“搞3D拍摄的不敢投资拍摄,担心没地方播出收不回投资;没有节目源,电视台不敢开播3D频道;3D电视销售不畅,主要是没有3D频道。”王永升希望有一个专门机构来沟通制作方和播出方。



松下3D拍摄区,在展示新产品的同时也普及了3D知识。 本报记者 高艳鸽 摄

西安成立电视剧版权交易中心

据新华社消息 国家广电总局近日批准陕西文化产业投资控股(集团)有限公司通过陕西省广电局上报的在西安建立全国性电视剧版权交易中心的方案,同意成立“西安电视剧版权交易中心”。

6月下旬,陕文投集团形成创立全国性电视剧版权交易中心的方案,通过陕西省广电局上报国家广电总局。依照方案,陕文投集团将联合西安曲江新区管委会、曲江文化产业集团,集中资金、机制、人才、区域品牌等优势,将电视剧版权交易中心打造成为

电视剧及相关产品的交易平台、电视剧产业的信息平台、电视剧生产要素的整合平台、电视剧版权金融衍生品的创新平台。

据介绍,建成后的西安电视剧版权交易中心,将主要开展图书改编、剧本交易、电视剧投拍、电视剧交易、衍生品开发与经营等业务。同时,致力于打造覆盖全国的,透明、开放、安全、高效的电视剧版权交易市场,并为中国电视剧海外版权发行,引进剧国内版权交易提供交易平台,将西安打造成中国电视剧版权交易的高地。(陈钢)

河北加快县城影院建设

据新华社消息 农村有电影放映工程,市一级以上电影院线目前发展势头良好,唯独县城这一块在电影放映上相对薄弱。河北省委常委、宣传部部长聂辰席日前在全省文化体制改革会议上表示,河北省将着力补县城电影院线这一“短板”,进一步完善公共文化服务体系,提高公共文化服务能力。

聂辰席说,为了弥补县城电影院线相对薄弱的现状,河北在

广播电视加大改革力度的同时,由广电部门积极与相关单位协调,并将其作为完善全省公共文化服务网络的一个重大项目强力推进,加大投入,大力扶植,尽快实现“每个县城都有影院、每个月都有电影放映”的目标,力争尽快让老百姓见到实效。

据介绍,河北同时还坚持公益性、基本性、均等性、便利性,推动公共文化服务向广覆盖、高效能转变。全省继续推进广播电

视村村通、文化信息共享、社区和乡镇综合文化站、农家书屋、农村电影放映等重大文化惠民工程,全面推动博物馆、纪念馆、美术馆、文化馆、图书馆、青少年宫以及基层文化活动中心向全社会免费开放。公共文化服务进村入户工程今年下半年将在全省铺开,让更多的村民、市民在家中就可以享受到更多更好的精神文化产品和服务。(杨守勇 朱峰)

有话就说

套拍更要“套”出新意

陈斌

最近影视“套拍”很流行,电影《唐山大地震》取得了惊人的票房成绩,原著《余震》的作者张翎已向

媒体证实,华谊兄弟将着手把其拍成电视剧;徐静蕾凭借电影《杜拉拉升职记》成功跻身“亿元俱乐部”后,王珞丹版“杜拉拉”又随着电视剧《杜拉拉升职记》进入观众视野;电视剧版《手机》,在5年前的电影版之后,依然凭着其对社会现实的深入刻画,赚取了不错的口碑。

所谓“套拍”,就是一部电影或电视剧走红后,继而又被拍成电视剧或电影,即影视套拍。从艺术表现形式来看,不同形式的艺术,满足的是不同受众的文化需求,比如有人热衷于情节简练、节奏快速的电影,并乐意享受影院强烈的视听震撼和舒适的观影环境,而有人则喜欢每天坐在自家的客厅和家人一起追看一部电视剧。所以,只要现实中存

在不同的观看需求,就意味着存在着不同艺术形态的生成动力。此外,从营销角度看,“套拍”实际上是“套”取一个现成的名拍成电视剧;徐静蕾凭借电影《杜拉拉升职记》成功跻身“亿元俱乐部”后,王珞丹版“杜拉拉”又随着电视剧《杜拉拉升职记》进入观众视野;电视剧版《手机》,在5年前的电影版之后,依然凭着其对社会现实的深入刻画,赚取了不错的口碑。

所谓“套拍”,就是一部电影或电视剧走红后,继而又被拍成电视剧或电影,即影视套拍。从艺术表现形式来看,不同形式的艺术,满足的是不同受众的文化需求,比如有人热衷于情节简练、节奏快速的电影,并乐意享受影院强烈的视听震撼和舒适的观影环境,而有人则喜欢每天坐在自家的客厅和家人一起追看一部电视剧。所以,只要现实中存

获得观众的喜爱和认可,名声之“亮”虽可以起到一定助推作用,但关键还在于作品本身的品质。换言之,“套拍”的作品如果拿不出足以令观众认可的“品质”,“亮”的光环亦会在短时间内迅速消散。

影视“套拍”成功者的经验是大抵相同的,那就是在正确的时机,用正确的创作理念,拍了一部正确的作品。由陈道明、王志文、梅婷、刘蓓等出演,“套拍”于同名电影的电视连续剧《手机》,之所以市场反响不错,除了部分原因是由于明星效应外,更重要的是,电视剧版在电影版的基础上,对剧情和一些人物形象做了较大改动。比如电影版《手机》里,故事主要围绕严守一和费墨展开,所以主要展现都市生活,而电视剧版则采用了双线索叙事结构,增添了在严守一的老婆家严家村发生的故事,这样不仅

影视人语

王中磊:电影营销经验40%不可复制

近日,华谊兄弟公司总裁王中磊在接受采访时,总结了《唐山大地震》票房成功的原因,并表示,《唐山大地震》营销的成功,未必能做出一个范本,因为有一些东西是不可复制的。

关于《唐山大地震》票房成功的原因,王中磊总结,最重要的是影片本身的拍摄质量和题材优势。更加关键的是,这部片子激起了社会话题、舆论关注,包括媒体持续的大量报道,哪怕是批评的,实际都起到了社会关注的效果。他说:“关于这部片子一半以上的话题和评判,都超过了电影本身。比如对我们提高最低限价的争论、质疑票房造假等。现在看来这些信息大范围的传播,对提高影片的知名度、

知名度都起到了很好的作用。有了持续的关注度,影片成为社会话题,就吸引观众走进了电影院。”

当被问到华谊在宣传其他影片时是否会复制《唐山大地震》成功的营销策略时,王中磊表示,《唐山大地震》营销的成功,未必能做出一个范本来,它有一些东西是不可复制的。但华谊会总结经验,这对接下来《狄仁杰之通天帝国》的营销是有帮助的。他说:“具体说来,我们营销一部电影,有60%到70%的常规营销部分,比如与院线和媒体的沟通、素材准备等,先把这部影片最具吸引力的部分做出来,引发好奇心,此外有30%到40%的部分,就是有针对性的创意了,这是不可复制的地方。”(来源:《新闻晨报》)

张会军:拍电影也要适应工业机制

日前,北京电影学院院长张会军在谈到青年电影人的创作问题时建议:“青年创作要找到作品和市场的契合点,因为拍电影不只是个才华问题,也是个适应工业机制的问题。”

张会军表示,近年来,关注青年电影和电影人才在电影界已形成共识。他说:“事实上,不管是科班出身的电影创作者,还是电影爱好者,这些年轻人都很聪明,他们有自己的敏锐的题材捕捉能力。他们中很多人都能抓题材、写本子。”他提出,但关键还在于青年电影创作如何和市场结合,对此,他提出了三个步骤。

第一步就是如何让自己认可的题材和内容也让投资方认可,从而实现自己的价值。第

第二步是怎样适应电影生产的规律和机制,能说服投资方了解未来作品的走向。他说:“如果能把这个做好,天下打下来之后,资金就不是问题,题材、内容也不是问题。”

至于第三步,是敏锐地抓住市场,让作品能在市场上取得好的反响,至少不赔钱。“我们不怀疑他们的能力和才智,最重要的是找到一个契合点,首先是要完全顺应投资方的理念、市场定位,甚至影片的未来规划,然后在细节上加入自己的聪明才智。在此基础上,在影片取得好的市场反响之后,再做自己喜爱的电影。”他表示,影片最重要的还是如何赢得观众,赢得观众就赢得天下。(来源:搜狐娱乐)

戴立忍:台湾需要商业电影

去年曾凭借影片《不能没有你》在金马奖上斩获最佳影片奖和最佳导演奖的台湾导演戴立忍,近日在接受采访时表示,当下的台湾电影市场很需要商业电影。

对于台湾电影的现状,戴立忍表示,近两年台湾电影可以用“复苏”来形容,他说:“整个台湾电影环境在《海角七号》之后,至少在商业市场这个层面上开始被激活了,确实有不同以往的情况发生。”

在这样的环境下,戴立忍说,自己今后也有往商业电影发展的计划。“我个人一直认为,台湾电影在现阶段,甚至在过去的20年里,最需要的其实是商业电影的出现。”他说:“因为台湾电影过

去25年走的是属于所谓艺术电影或者是作者电影这种风格的影片。”

他表示,不止是电影市场,在任何自由贸易的市场中,商品的多元性是一个最重要的因素,“如果你商品的样貌变少的话,那么市场一定不会活络”。而台湾电影在过去的20多年里商业市场比较冷淡,就是因为类型太少了。他说:“台湾电影现阶段,就跟整个大陆电影市场一样,特别需要一些商业片的出现。当然我们在讲商业片的时候,其实希望出现的是优质的商业片,而不是很多跟风式的,或者是比较粗制滥造的影片,这样的话可能很快就让观众吓跑了。”(来源:网易娱乐)

13部新片决战“后暑期档”

据新华社消息 在经过暑期档的热闹之后,作为“后暑期档”的9月电影银幕依然热度不减,共有13部新片上映,其中张艺谋的《山楂树之恋》、徐克的《狄仁杰之通天帝国》、刘伟强的《精武风云》和吴宇森的《剑雨》4部华语影片值得期待。

作为张艺谋的艺术回归之作,文艺片《山楂树之恋》将于9月15日上映。影片根据同名小说《山楂树之恋》改编,讲述了“文革”时期“出身不好”的静秋和军区司令员的儿子老三之间一段催人泪下的爱情故事。片中的“谋女郎”、女主角静秋由新人周冬雨饰演。继《十面埋伏》、《满城尽带黄金甲》和《三枪》之后,张艺谋的这部回归之作能否把原作中“最纯净的爱情”讲述出来,值得期待。

同样是武侠片,导演徐克的力作《狄仁杰之通天帝国》将于9月29日登场。影片由刘德华领衔主演,题材上是观众喜欢的“古装侦破片”,糅合了破案、悬疑、明星等各种商业元素,令人关注。

据介绍,在9月上映的华语



《山楂树之恋》海报