

# 国庆档：一场热闹的“吸金战”

本报记者 高艳鸽

随着“十一”长假结束，国庆档期也落下帷幕。对于国产电影来说，这注定是一个热闹、拥挤而难忘的档期。处在电影市场蒸蒸日上的关口，越来越多的国产电影，都有了更强的票房号召力，每一个档期的到来，也理所当然地成为磁场强大的“吸金石”。虽然国庆7天长假的总票房成绩还未明朗，但它将创造该档期新的票房纪录已丝毫没有悬念。

## 影片多元化

“片源很丰富，类型多元化，国内外高质量的影片比较集中。”北京UME华星国际影城负责宣传工作的武娟告诉记者她对今年“十一”档期的感受。对于这个档期，记者采访到的北京几家影城的负责人均有同感。的确，相比去年“十一”档期只有《建国大业》和《风声》两部强势影片，今年这个档期上映的能称为大片或导演有知名度的就有《盗梦空间》、《狄仁杰之通天帝国》、《精武风云·陈真》、《剑雨》和《山楂树之恋》、《庐山恋2010》等，包括了科幻、悬疑、武侠、纯爱等多种题材，广东省电影公司总经理赵军感叹：“以往只有在贺岁档我们才能看到如此豪华的阵容。”

这其中，《盗梦空间》、《山楂树之恋》和《精武风云·陈真》已在9月份上映了一些时日，赚走了不少票房，所以“十一”档期的白热化竞争，更多地体现在《狄仁杰之通天帝国》和《剑雨》这两部奔着这个档期而来的大片上。而对于这两部影片的票房成绩孰高孰低的猜测，也成为上映前一些电影论坛上业内人士讨论的热门话题。

尘埃终将落定。“十一”期间，询问《狄仁杰之通天帝国》和《剑雨》谁更好看的帖子频频出现在各种网站上，由此可见，口碑正在成为更多观众选择的标准，而两部影片竞争的激烈也由此可见一斑。那么，这两部影片的口碑到底如何？其实都不差。

《狄仁杰之通天帝国》无疑给观众带来了惊喜，被很多人称为是徐克的回归之作。在对该片的评论中，观众对其剧情、节奏的肯定几乎毫无二致，认为这是一部很能让人入戏的电影。有观众表示，“该片为华语影坛开辟了新的电影模式——古装悬疑大片，希望能拍出系列来”。

在CCTV6播出的《剑雨》的首映式上，该片导演苏照彬的内敛和低调让人印象深刻，这位香港青年导演因为该片被更多内地观众认识。但在资深影迷那里，苏照彬并不陌生，他编剧的《三更之回家》、《双瞳》、《诡丝》已创造了显著的个人风格。而观众此次



《狄仁杰之通天帝国》成为“十一”档期大赢家

关于《剑雨》的评论，也较多地和苏照彬的作品风格联系在一起。对于熟悉苏照彬的观众来说，这依旧是一部风格明显的电影。对《剑雨》的溢美之词，比较著名的是影评人王小北所说的，“《剑雨》是《卧虎藏龙》以来最好的武侠电影”。

## 不算挑刺的“问题”

10月1日，业内人士郑明君就为记者预测了刚开始的“十一”档期几大片可能的票房表现，“《狄仁杰之通天帝国》吸金能力最强，不怎么看好《剑雨》。”《精武风云·陈真》也能抢点钱。”随后几天这几部影片的票房表现，基本印证了他的推测。

北京万达国际影城CBD店工作人员郑倩茹告诉记者，10月1日当天，该影城《狄仁杰之通天帝国》的观影人数最高。武娟介绍，截至10月3日，在华星影城各影片按票房表现排名依次是：《狄仁杰之通天帝国》、《剑雨》、《山楂树之恋》、《精武风云·陈真》、《狄仁杰之通天帝国》票房领先《剑雨》已成为不争的事实；《狄仁杰之通天帝国》首周票房1.1亿元，《剑雨》首周票房仅2500万元。

《狄仁杰之通天帝国》为什么能战胜《剑雨》？原因很复杂，影片本身的故事、包含的商业元素、演员的票房号召力等潜在因素都可能造成票房差距，但有一点可以肯定，前者的宣传比后者做得成功。

郑明君对《狄仁杰之通天帝国》的宣传赞赏有加，“从去年的概念图到今年《唐山大地震》上映时的片前预告片，华谊的宣传很有节奏，疏密有间，逐步激起了观众的观看欲望”。相比之下，《剑雨》的宣传显得稚嫩，宣传时对影片缺乏明确定位，比如用无创意的大S激情戏、雷人的12星座海报等制造噱头。甚至有人称，王小北的那句著名评价，因为提到《卧虎藏龙》，反而弄巧成拙，无法激起观众的观看欲望。这些教训或许能为国产电

影的宣传提供借鉴。

虽然《狄仁杰之通天帝国》目前看来已经赚了口碑和票房，但也有观众表示影片后半部分特别是打斗场面很假，看起来像电影频道播放的电视电影。在某电影论坛，网友对这一问题的抱怨引发了专业人士的解释：可能是因为拍摄时用的那款数字摄影机的拖尾现象很严重。但这也导致了一些人对该片制作成本的质疑。

## 人气和票房双升

10月3日，河南郑州某高校的学生小刘决定第二天去学校附近的影城看上午9点场次的《剑雨》，虽然有点早，但因为是免费的电影票，所以还是觉得值得。他告诉记者，电影票是几天前商家在校园内做活动时得来的，“买一瓶饮料送一张电影票”。

不仅是在郑州市，趁着节假日搞优惠活动，是各地影城普遍采取的策略。在这个观影高峰期，通过各种优惠举措，将更多的观众吸引到影院才是硬道

理，特别是在随着新建影城增多，终端市场的竞争日趋激烈的情况下。

据郑倩茹介绍，北京万达国际影城CBD店在“十一”期间，开通了国庆的通宵场，石景山店还增加了IMAX的通宵场，此外，针对在万达独家上映的IMAX3D版的《天降美食》，还开展了双人组团享受半价的优惠。同时，还推出了“《庐山恋2010》找回青春的浪漫”全天情人专场，80元即可购得情人套餐票。而在华星国际影城双安店，也开了一系列的半价早场，晚上还开设了两个通宵夜场，武娟说：“让观众在优惠条件下还能有不一样的选择。”据悉，北京星美国际影城还在国庆

期间推出了观影套餐券，观众购买此券就有机会通过抽奖获得笔记本电脑、U盘、女士面部喷雾等奖品。

各种优惠活动加上假日消费热情以及影片类型多样等各种因素，国庆期间的观影人次和上座率都很可观。“黄金时段基本都是满座，13点以后都算是黄金场次。”郑倩茹介绍万达CBD店的“盛况”；在华星双安店，武娟说：“每天大堂的购票队伍从早到晚不断。去年该档期影院每天票房产出大概20多万元，今年每天都超过了30万元。”位于广州市的一家大地数字影院的工作人员则告诉记者，节日期间该影院平均上座率达到了78%。

## 相关链接

### 23部新片逐鹿10月银幕

据新华社消息（记者周润健）《庐山恋2010》、《堂吉可德》、《完美嫁衣》、《西风烈》等23部新片将逐鹿10月电影大银幕。

1980年，作为“文革”后国内首部表现爱情主题的电影，由张瑜和郭凯敏主演的《庐山恋》曾风靡全国并感动了一代人。时隔30年，当年的女主角张瑜再续庐山之缘，拍摄《庐山恋2010》，该片于10月5日在全国上映。同样为爱情题材影片，由杨千嬅、林峰领衔主演的《完美嫁衣》将于10月22日上映，影片讲述了由杨千嬅饰演的“剩女”婚礼策划师摆脱“被剩”、收获真爱的故事，堪称一部婚恋教科书。

现代西部警匪片《西风烈》将于10月28日登场，讲述的是4个警探深入无人区抓捕外逃重犯的故事。该片由高群书执导，吴镇宇、倪大红、夏雨、段奕宏、吴京、张立6位男演员同台飙戏，让该片充满了男儿血性。

除以上3部影片外，即将在10月上映的电影还有爱情影片《和我前妻谈恋爱》、《爱出色》、《康定情歌》、《爱情维修站》、3D电影《堂吉可德》、喜剧片《不留神》、惊悚片《绝命岛》、批判现实主义影片《我是植物人》、战争片《铁血骑兵》、剧情片《天上人》、悬疑片《密室之不可告人》等。

除国产影片外，《生化危机4》、《劳心终结者》、《华尔街：金钱永不眠》等8部进口影片也将在10月上映。



日前，电影《建党伟业》剧组已从北京转至天津，周润发、赵本山等演员入组参加拍摄。图为10月5日，化妆师给在电影《建党伟业》中饰演段祺瑞的赵本山化妆。（新华社发）

## 影视人语

### 胡明：电影行业是“赢家通吃”格局

华谊兄弟副总裁胡明近日表示，中国有望在2012年成为世界第二大电影票房市场，而华谊未来的发展是追求单片的盈利能力。

对于未来的国产电影票房，胡明预测，“虽然距离第一名美国的市场规模（100亿美元）还有很大的差距，但是我们有希望在2012年成为世界第二大电影票房市场”。对于中国电影院近8年来快速增长的原因，胡明分析，深层次的原因是中国城市化进程的加快，而直接因素是中国银幕数量的增加。她表示，“未来的3到4年当中，银幕数的增加将依然是推动电影票房增长的一个直接因素”。她认为促使票房增长的第二个因素是国产电影制作水平的提高，“从5年

前的大片叫好不叫座，到《唐山大地震》既叫好又叫座，反映了国产电影符合中国人情感的需求，未来还会有更高的质量提升”。

胡明提出，目前整个电影行业是非常典型的“赢家通吃”的格局，也就是说“二八定律”非常明显：每年国产片赚钱的只有二三十部，前20名的票房大概占到整个国产片票房的百分之七八十。电影行业整个的产业格局非常集中，排在前几名的企业基本上垄断了大片的出品，或者说垄断了赚钱的电影。国有企业的代表是中影和上影，民营企业的代表是华谊兄弟和保利博纳。而华谊未来的策略不是追求数量的增加，而是希望能够不断地提高单片的盈利能力。（来源：艺恩网）

### 吴宇森：老师要引导出学生的才华

由吴宇森监制、苏照彬导演的《剑雨》正在热播，近日吴宇森在接受采访时说，做监制应对影片和导演负责，而戏拍出来是导演自己的风格。

吴宇森表示，不希望出现被称为“吴宇森第二”的人，“要不断发现有才华和个性的新人，因为我们的电影风格太少，需要更多元化”。他说：“我为什么愿意做一个监制，因为监制不能做太多事情，我尽力发挥好的人才、好的剧本并提供支持。我从《诡丝》就发现苏照彬是一个很有风格的导演……老师要对学生有信心，并引导出他的才华。”

吴宇森认为，监制应对影片和导演负责，戏拍出来应该是导演自己的风格。“在《剑雨》里我是监制的成分多，基本是一个坐在幕后不说话的

导演，等他忙不过来的时候才帮他拍一两个镜头。”他说，“但我肯定不会像其他监制那样，帮导演导一些戏，那样会破坏他的作品风格”。

对于自己这种乐于扶持新人的做法，吴宇森表示，能够监制一些年轻导演的戏，是他的心愿也是他应该做的事情。他说：“中国电影市场在这么好，我希望我们的电影有不一样的个性，而年轻人是需要经验的。《剑雨》就是一部很不一样的武侠片，在威尼斯放映时很多影评人都很喜欢，认为是中国武侠电影的经典，这不是很好吗？会让观众知道我们的电影有不一样的地方。在内地我也会尽量这么做，内地也有很多有才华的年轻导演。”（来源：时光网）

### 张昭：电影产业的核心驱动资源是消费者

近日，光线影业总裁张昭提出，中国电影产业发展真正的驱动力是城市化进程。城市化进程有一个核心，就是电影产业会从以核心电影资源为驱动力转向以消费者的需求为驱动力。

张昭表示，这可能会是一个很大的转变，这个转变非常重要。他说：“电影从业人员将目光从华语电影很可憐的、有限的导演、编剧、明星转向成亿的在都市化进程中会走进电影院的消费者。这是未来3到5年的趋势，产业的布局其实跟这个有很大的关系。”

面临这种转变，电影企业应该如何应对？张昭提出，要对以城市化作为发展驱动力的电影市场有一定的把握和控制力。要把产业重心转移到以消

费者为核心，通过市场销售网络，能够逐渐地达到分众、分区、域营销。

对于光线未来的发展方向，张昭表示，未来会把很大一部分精力用在品牌运作上，这涉及品牌的研发和品牌运营模式等一系列的问题。比如此前的《东邪西毒》终极版的发行，作为一部15年前上映的老片，如何再版发行，这是品牌深度开发的问题。他说：“光线影业要做中国第一的原创新品牌电影公司。这是一个挑战，要有5年的时间……我们今年会投放‘四大名捕’系列。之后再通过市场运作增值品牌。希望5年以后光线的非票房收入能超过50%，这样企业才会可持续发展。”（来源：艺恩网）

## 影音资讯

### 万像华语电影节再推中国电影

据新华社消息（记者王亚宏）由中国大陆、台湾和香港三地影星联袂主演的歌舞喜剧电影《寻找刘三姐》近日拉开了第二届英国万像国际华语电影节帷幕。

据介绍，本届电影节以“中国现代艺术影片”及“现代主流影片”为主题，分为影片竞赛、电影展映周、中英政府及影视学术论坛3个单元。“万像奖”华语影片评选分为成就奖、短片奖、特别奖三大类。中英政府及影视学术论坛以“中国影像，打动世

界”为主题，分为“中英影视传媒学术论坛”和“北京与伦敦政府及影视企业论坛”两部分。

本届电影节将于10月10日结束，在一周的时间里展映《李米的猜想》、《非常完美》、《走路上学》等近20部风格各异

的电影，为观众奉上一场华语电影盛宴。

万像国际华语电影节创立于2009年，每年在伦敦举办一次，是欧洲最大的华语电影节，以传播中国文化为宗旨，致力于中国当代电影的海外推广。

### 今典17.5影城入驻江门

本报讯（记者高艳鸽）今年11月，由时代今典传媒控股集团投资的17.5影城将正式入驻广东省江门市，这也是江门市的第一家五星级影城。

据悉，江门市的这家17.5影城经营面积3000多平方米，共有6个数字放映厅，其中包括3个3D放映厅，是目前江门市地区首家五星级影城，也是江门地区的首家“第三代影城”。据介绍，第一代影院是指过去的旧式影院，现在即被完全淘汰，第二代影城是目前在国内较普遍的多厅影城，而时

代今典致力于国内第三代影城的投资兴建，即秉承“1+X”的经营理念（“1”是看电影，“X”是影城内的咖啡吧、电影后产品的音像吧、书吧等），将影城打造成既能看电影又能在其中品咖啡、无线上网、听音乐、看书、购物的综合型休闲娱乐场所。据了解，今典集团将影城名字定为17.5有两层含义，首先是“一起玩”的谐音，意在影城和顾客实现互动，其次，今典致力于将平均票价维持在17.5元甚至更低，使看电影真正成为大众化消费。

# 学术纪录片可以很精美

尹鸿

日前在中央电视台播出的10集大型电视纪录片《公司的力量》引起广泛关注。继《大国崛起》、《复兴之路》之后，这部纪录片再次以社会发展为主题，以历史为经度，以全球视野为纬度，成为帮助人们理解市场经济、现代化和现代社会的窗口。而与前几部纪录片不同的是，该片的政论色彩有所减弱，学术色彩更加鲜明，成为一部有深厚经济学和历史学基础，同时又制作精美、细节丰满的大众学术纪录片，以一种超越感官愉悦的方式创造了具有感性之美的理性力量。

## 将学术转化为电视呈现

《公司的力量》将大学课堂上的学术精华成功地转化为电视呈现，无论从思想价值、社会价值、文化价值，还是从中国电视发展的角度来看，都具有重要意义。实际上，在西方，学术性的电视节目很早就有，主要就是把学术研究成果转化为电视呈现，完成学术知识的普及，促进社会的沟通。

这类作品多数采用人物访谈的方式来呈现，而《公司的力量》通过大量的历史镜头、历史事实、调查数据以及高科技的动画画面，以纪录片的手法完成了学术转化，通俗性和大众性更强，让观众易于理解和接受。

作为一部学术电视纪录片，《公司的力量》承担了向社会普及市场经济一些基本常识的功能。今天，公司随处可见，但是公司是如何建立的？公司和其所有者及劳动者是怎样的关系？公司制度是如何形成和发展完善的？其实这些和很多人都息息相关，然而过去我们很少或者基本没有途径来接受关于公司的常识性教育。这部纪录片可能会带动起一系列这样的电视作品，完成一次常识的社会普及。

现在大多数的电视节目，在信息量上很难超越人们已有的知识，但是如果做得太专业，又可能超出大多数普通观众的理解。在这一点上，《公司的力量》的制作人，却一直被中国电视文化所忽略。对于中国今天的现代化进程来说，用优秀的学术纪录片提升中国的电视文化是非常重要的。

## 优秀作品源自专业积淀

之所以能诞生《公司的力量》这样一部专业作品，有赖于制作团队在时间和知识上的积累。《大国崛起》让观众看到了一个宏观的崛起现代史，了解到世界历史的进程。之后的《复兴之路》、《中国故事》也在世界近现代历史的背景下，慢慢从宏观切入到更微观的角度，越来越深入和专业。这一过程特别重要，正因为有了这些积淀，才能在《公司的力量》这部纪录片中有充分的研究和表达。

现在大多数的电视节目，在信息量上很难超越人们已有的知识，但是如果做得太专业，又可能超出大多数普通观众的理解。在这一点上，《公司的力量》的制作人，却一直被中国电视文化所忽略。对于中国今天的现代化进程来说，用优秀的学术纪录片提升中国的电视文化是非常重要的。

而这应该是《公司的力量》这部作品更深层的文化意义。

此外，与前几部片子相比，《公司的力量》对历史的敬畏感表现得更强一些，更愿意在历史事实中去梳理脉络，而不是按照一些预设的逻辑整理历史事实。在节目中，它提炼并选用了历史上一些思想家、政治家的经典语录。这些是学术研究方面的一份宝贵财富，也曾经是各个历史时期最核心声音的浓缩。这部片子把这些声音和感触，还原到当时的历史之中，然后再把它们“呼唤”出来，起到了很好的传播效果。

在中国，电视纪录片有偏人文的、偏纪实的、偏自然的，而这个团队的特点更偏世界史，更加注重与中国现实的结合。通过全球视野、中国立场，他们找到了跟世界接轨的对话方式。我们不再以中国立场、中国视野来观察世界，而是在全球格局和历史感两种合力之下认知中国现实，这一点非常有价值。

## “一定应该存在”的纪录片

应该说，《公司的力量》体现了中央电视台的能力和实力，在中国还没有其他媒介能做这样的纪录片。这样的作品的影响是持续、长久的。虽然没有必要让所有的节目都仿照这种模式，但是它一定应该存在。这样的电视节目形态及其发挥的功能，是中央电视台应该承担的。

这类节目的初始收视率可能不是很高，但是它的累计收视、影响人群的数量将会很可观，并产生良好的社会效应。一方面，对这类节目感兴趣的通常是社会中活跃的人群，是对社会未来发展有影响的中坚力量。另一方面，一般电视节目的收视率通常是消费性的，是一次性行为，但如果一个人看完节目之后，不仅普及了常识，对社会的理解、对经济的理解也发生了改变，收视率收视率就变成了建设性收视率，任何一个收视点都体现为具有建设性。如果能够帮助一个人改变自己，扩充自己，改善社会，这个收视率的含金量就有了本质差异。从这个意义上说，《公司的力量》这样的电视节目，不仅仅是文化消费品，而且是精神耐用品，是具有普及常识、培养理性素养等功能的精品，值得我们尊敬。