

微电影：概念炒作还是新的契机

本报记者 杨浩鹏

微小说、微创新、微工厂、微博……过去一年微字当道，中国似乎进入了一个“微时代”。影视行业也无法避免这股浪潮：从去年底开始热播的微电影，把这股“微”风蔓延到了影视产业中。

然而看了网上和电视中热播的微电影后，有人表示质疑：这不就是广告嘛；也有人给予认可：这个片不亚于影院里上映的大片，而最近新一轮的微电影制作与热播业已掀起，人们在经历了其最初的炫目后也开始思考，这个“新事物”究竟只是一个新概念的炒作，还是影视行业的一个新契机？

谁在拍微电影？

刚刚过去的2010年被一些媒体称为微电影元年，从视频网站到门户网站，从专业导演、演员到业余的草根导演、演员都开始尝试微电影。如网易正在大力打造的“2011微电影节”，除了张艺谋、刘镇伟等一线导演和张国强、孟飞等一线艺人亲自上阵外，还有各种草根作品。

其实微电影这个概念的热源于《老男孩》和《一触即发》这两部短片。作为优酷与中影联手打造的《11度青春》系列的代表作，《老男孩》掀起的热潮至今未减，截至记者发稿时，优酷网上筷子兄弟联合导演的《老男孩》的点击次数已超过8700多万。而筷子兄弟与优酷合作的最新影片《赢家》上线几天以来点击量也已超过710万。在此之前，筷子兄弟从未有机会在影视行业掀起如此波澜，现在却通过微电影实现了真正的一戏成名。

但真正把微电影这个旗号打响的，是打着史上首部微电影旗号、类似于007风格的《一触即发》。目前《一触即发》仅在优酷的点击量就已逼近1500万。记者

了解到，《一触即发》与普通电影一样有首映式，在首映式之前还推出了几段预告片。然后在几大视频网站重点推出，进而直接登陆央视和地方电视台，不断对观众形成视觉冲击和概念巩固。

其实微电影还可以追溯到2001年，当年香港导演伍仕贤制作的片长只有11分钟的影片《车四十四》，虽然在国外多次获奖，在国内却并未引起太大反响，但这样的创新形式犹如微电影的初火种。去年，香港导演彭浩翔进军内地，以监制身份联手周迅、余文乐、张静初等明星制作成的《四夜奇谭》系列在网络首播后，已取得2.1亿的惊人点击率。

广告还是电影？

或许彭浩翔的一段访谈，可以诠释出微电影对导演和演员们的最大诱惑：“很多时候我们有一些故事，需找到另外一个媒体去自由表现，一个没有时间控制的地方，70分钟可以，30分钟也行，而网络媒体就给了我们这样一个发挥自己的空间。”

然而微电影毕竟仍是一个新生事物，记者在采访多位影视产业学者时获悉，学界目前对微电影一词持谨慎观察态度，尚未有专业论点发表，甚至尚未对其进行专业的概念界定。

比如微电影的时长该是多少？目前仍然是众说纷纭。相对于传统的90分钟乃至数小时的大片，微电影顾名思义要短很多。《一触即发》流行时，时长便限定在30秒到300秒。而后来随着《老男孩》等相对较长微电影的热映，微电影的时长放大至3000秒。

而时长毕竟只是表面特征，人们普遍关注的核心问题是，微电影究竟是电影还是广告？许多

观众在观看了《一触即发》后，虽然也有观看大片的刺激感，但仍然无法排除另一个直观印象：这不就是个广告吗？显然，凯迪拉克在影片中的“表演”并不能迷惑已对植入广告过于敏感的国内观众。而即使是情动人的《老男孩》等《11度青春》系列，雪佛兰汽车的身影也无法被观众忽视。

但不管是《四夜奇谭》，还是《一触即发》等，其幕后班底和演员阵容都是按照大片的规格操作，比如《四夜奇谭》的监制是彭浩翔，演员阵容包括周迅、张静初等明星，幕后团队更是由大牌剪辑师、造型师等组成，后期制作也相当严谨专业，所以呈现出来的效果也是观赏性十足。而《一触即发》甚至请来了戛纳电影节金狮奖得主、世界级专业航拍团队等。

因此有人说，微电影是广告与电影的跨界结合，甚至被打趣为“一种拍得像电影的更高级别的广告”。但其所具有的完整策划和系统制作体系支持的具有完整故事情节等特征，又与广告并不相同。其故事情节的戏剧性、现实主义和艺术特征，更是广告所难以具备的，尤其是越来越多的微电影开始以社会、人性、生命等话题为关注点时，更使其自身减少了广告的实用主义。如最近热播的《赢家》中

关于友情、亲情、爱情的思考，对于建设文化产业园而造成的拆迁问题的关注，在纯粹的商业广告片中几乎看不到。

路在何方？

2005年那个20分钟的《一个馒头引发的血案》已成为网络视频的经典案例，因此有人说这是微电影在国内发展的雏形，而这个视频也印证了微电影所依赖的新媒体平台的潜力。然而胡戈恶搞的最终结果是吃官司，因为侵犯了他人版权。在越发注重版权保护的今天，网络恶搞电影已经很难再有发展空间，实为微电影的前车之鉴。

微电影之所以能够走红，在于其不同于传统大片的播放平台、传播手段和内容。诸如互联网、手机这类新媒体平台都可以成为微电影的主要播放渠道，因而要求每部微电影必须是短小精致，便于下载、传播。同时，一部微电影必须具有丰富的故事内容、优秀的演员、高端的制作水准，才能吸引观众，并点燃观众为其义务推广的热情。如影片《老男孩》几千万的点击率，主要是靠网友在开心网、豆瓣网等社区网络的分享与口碑宣传。而要想保证品质，一部微电影的投资

成本就不能太低。这样看来，其实微电影目前的主流仍需走精品路线，而不是草根化。

因此，找准定位、追求内容已经成了微电影发展必须考虑的问题：过于草根，容易走向庸俗；一旦与商业结合，又容易“广告看得好好的，忽然蹦出个电影来”。这也是多家微电影平台面临的问题。而据优酷网相关负责人介绍，为了打造精品，目前优酷已与中影达成合作协议，共同挖掘年轻导演、演员等人才并力创精品。

而从目前各大门户网站、视频网站纷纷开始逐鹿微电影的动作来看，微电影尽管仍不成熟，但已成为新的机遇。他们希望能够提供一个多方共赢的平台。“网站获得点击，而一些青年导演则通过平台获得机遇，推销自己的产品，最终走向大银幕。”优酷网工作人员在接受记者采访时表示。

此外，除了植入广告回收成本的形式之外，“随着人们口味的日益提高和网络支付渠道的普及，将来很可能也会出现没有植入广告而是依靠收费模式回收成本的微电影。”北京师范大学艺术与传媒学院副院长肖元亮表示。因此微电影这个新的创作形式将走向何方，仍要静观其变。



第10届翠贝卡电影节于4月20日至5月1日在美国纽约举行。来自30多个国家和地区的150多部电影参加展映，其中包括姜文的作品《让子弹飞》，这是《让子弹飞》在国际舞台上的首次亮相。图为姜文在纽约接受记者采访。（新华社发）

上海国际电影节首次推出“手机电影节”

据新华社消息（记者许晓青）作为中国唯一的国际A类电影节，上海国际电影节今年首次推出“手机电影节”。近日电影节组委会发布信息，首届“手机电影节”参赛报名已进入高潮，迄今收到来自世界各地的数千件短片作品。

据悉，第14届上海国际电影节将于6月11日至19日在上海举办，分为“金爵奖”评选、亚洲华恐龙园着手制作电影版《恐龙宝贝》，希望能让小朋友走进影院发现一个更新奇的恐龙世界。电影版围绕封存了龙神力量的4块龙晶体，讲述了4只小恐龙拯救远古大陆的故事，故事之外还融入大量介绍恐龙的百科知识，暴龙、腕龙、五彩冠龙、剑齿龙等史前动物纷纷登场。（程丽仙）

有话就说

电影圈里好多“煤老板”

林楠

近日，某部声称斩获5个亿票房的大片高调上映。可惜的是，这部真金白银砸进去1.5亿元投资、拥有豪华明星阵容的影片本身并没有引起观众多大的兴趣，倒是影片的高投资和低质量之间的反差，以及出品人和女主角之间“捧与被捧”的八卦新闻成了坊间热点话题，并引发了该出品人是不是“人傻钱多”的“煤老板”等一系列猜测。

其实，近年来关于“煤老板”携热钱进军电影圈的事情一直是热门话题，而“煤老板”用麻袋装钱送导演要求捧出自己女朋友传言也是屡有传出。这些或真或假的“江湖传闻”形象地勾勒出一

种“财大气粗”的思维和行事方式：不差钱，不计投入和产出地砸钱，无视市场反应，无惧任何舆论。如果从这个层次去考量，“煤老板”其实更多地来自于人们的想象，与其说这个称呼代表的是某一个真实存在的群体，不如说它是人们对某种现象的敏锐洞察和幽默概括。这种现象就是，在经历了黄金十年之后，我国电影产业在发展中表现出的某些不专业和泡沫化的倾向。因此，在这种概括之下，“煤老板”代表的其实是一种思维方式，在这种思维方式的支配下，导致了电影圈内某些不够专业的运作行为，以及

某些对表面繁荣不计投入和产出的追求和追捧。如果这一说法成立，那现在国内电影圈里的“煤老板”可就是随处可见了。

从最近电影圈里随手拈来两条新闻，都可以为电影圈多“煤老板”思维的说法做一佐证。近日国内举行的某电影节热闹非凡，不但国际大导演纷至沓来，连国际电影节的主席也来了好几十号人，更有众多中外合拍大制作签约，动辄几亿的投资仿佛向全世界宣布：中国电影不差钱。可惜的是，却有普通电影观众在微博上抱怨查不到电影节的排片表，不知道到哪里去看电影季播放的

影视人语

冯小刚：电影商业性与艺术性关系的调整

4月24日，北京国际电影节“电影魅力·北京论坛”的首场活动——中外著名导演对话论坛举行，第一个重要议题就是探讨如何统筹电影的商业性与艺术性。

作为中国最有票房号召力的电影导演，冯小刚在发言中谈到，从1997年创作《甲方乙方》的时候就在讨论商业性与艺术性的关系。他对陈可辛谈商业性与艺术性比作父亲和孩子，商业性就像父亲，比较有势力，是负责人，同时要赚钱养家，艺术性就像孩子，天马行空、认真、任性的观点表示赞同。同时又做了补充，“此一时彼一时”，

商业性与艺术性的关系是不断调整的，在市场不好的情况下，导演的作品的艺术性让位于商业性，以促使市场更加活跃，当市场活跃时，导演就更加强调艺术性和个人对世界的看法。

冯小刚以自己的创作生涯为例解释了这种变化。他在观众对中国电影制作质量不是太满意的时候推出了《甲方乙方》等一批贺岁片，产业化改革以来，中国电影艺术质量有了明显提升，观众对中国电影的认可度和欣赏水准也不断提升，他又拍摄了一批诸如《天下无贼》、《集结号》、《唐山大地震》等富有内涵的影片。

吴宇森：不能盲目追求电影特技

在北京国际电影节举办的“电影魅力·北京论坛”中，最后一个重要议题是“工业技术、电脑技术与电影艺术”，多位导演表达了对特技的偏爱，但曾执导如《赤壁》等大片的吴宇森对于目前行业内追求电影特技的热情有着自己冷静的看法。

吴宇森说：“毫无疑问现在3D技术非常受欢迎，观众很喜欢看，也创造了很多票房成绩。同时也把一些电影工作者的梦想，透过一个特技的方式、一个特效的效果表现出来。也可以把一些不可能的东西都透过电脑特技表达出来，让观众有更多的娱乐上的享受。所以说3D技术不管是在商业上，还是在创作上，对我们的电影工

业都有非常大的贡献。”

但吴宇森也表示了自己的担忧。凭借多年的从业经验，他认为电脑特效尤其是3D技术并不是影片获得成功的唯一因素。因为电影的终极魅力在于以情动人。以冯小刚导演的《唐山大地震》为例，其中5分钟地动山摇的电影场面固然引人入胜，但是这部戏之所以卖座，还在于电影本身对人性解剖和感情因素打动了观众的心。对于如今电影界盲目追逐电影技术的浪潮，吴宇森表达了自己的担心：如果大多数电影都太依赖电脑特技的话，不但会慢慢失去我们本身的特色，我们本身文化的精神，而且还会影响观众的观看热情。

王中军：中欧电影合作不差钱

“我觉得只要项目好，中国电影界的钱满天飞。”在近日举行的北京国际电影节“中欧电影合作论坛”上，华谊兄弟董事长王中军直言中欧合作“不差钱”。

王中军认为中国这十多年电影的合拍是分两个大的阶段的。“第一个阶段的需求方向是以资金为导向的，当然这个分界点现在没有非常明确的时间。前几年中国电影对西方电影公司来说没有魅力，总是觉得我们在找人要钱，没有太大回报能力。现在不一样了，在中国电影和海外主流电影公司的谈判当中，我们不再是弱势资本，就是随时都可以融到钱。”王中军认为，合拍片已经从资

金合作转为市场合作特别是技术和专业性上的合作，“资金需求已经退到第二位，甚至是不重要的地位。我觉得只要项目好，中国电影界的钱满天飞。”他还提出，英文片可能是未来合拍片大制作主流方向。但王中军也表示，虽然合拍可能是一个改变中国电影这几年来最大瓶颈的办法，但对于欧洲的好导演国内认识得比较少。从2001年到2010年，中外合拍电影一共130部，其中中欧合拍片29部，占总数的8.52%。“这和我们自己的文化能力，包括我们的语言能力、文化沟通能力有关。目前我们还需要很多的学习，可能需要新一代更年轻的电影人，他们在视野上可能会更宽广。”

（以上来源：首届北京国际电影节官网）

中广协电视剧编委会成立

本报讯（记者成长）4月28日，从去年就开始酝酿的中国广播电视协会（中广协）电视剧编委会（中广协）电视剧编委会成立大会在北京成立，这也是目前国内电视剧编委会最权威的组织。

在北京举行的中广协电视剧编委会成立大会约有300名编剧及专业人士参加。据了解，电视剧编委会将和全国

10家电视机签订首批合作协议。

去年10月17日，在上海召开的“2010电视剧编委会”可被视为中国电视剧编委会成立的前奏。成立之后电视剧编委会的主要工作包括：团结电视剧编委，形成交流平台；电视剧编委的维权工作；培养一支健康、有纪律、守信用、年轻化的编创队伍。

影音资讯

国内首只影视版权基金发布

本报讯（记者蔡萌）4月26日，在首届北京国际电影节上，北京厚德雅和资本管理有限公司、北京东方信达资产经营总公司、中关村创业投资发展有限公司联合举行了国内首只影视新媒体版权基金——北京中关村新媒体版权基金的签约发布仪式。

据介绍，中关村影视新媒体版权基金首期规模2亿元人民币，投资范围专注于各类优质电影、电视剧、动漫类节目的新媒体专有许可权，以及相关的电影、电视剧、动漫类项目制作投资。基金定位于具有公信力的产业引导者，通过组织新媒体主流运营平台和管道形成战略购销联盟，共同投资、制作、购买、推广电影和

电视剧节目，扩大影视节目内容在新媒体领域的传播广度和传播深度，丰富影视节目内容的盈利渠道和盈利模式，同时创新运用基金这一现代金融工具，打开社会资本有序参与影视产业的通道，促进影视特别是电影产业的持续健康快速发展。

近年来，以互联网、移动宽带为代表的多媒体快速发展，已经成为传播速度最快、增长最快的媒体形态，被称为报刊、户外、广播、电视之外的“第五媒体”，而电影电视内容也已经成为新媒体上最受用户欢迎的内容应用之一，市场前景广阔。根据有关研究数据，目前影视新媒体版权市场规模已达10亿元，在未来5年还将以40%的速度增长。

动画电影《恐龙宝贝》“五一”上映

本报讯 4月29日，由江苏常州中华恐龙园投资拍摄、湖南电广传媒发行的动画电影《恐龙宝贝》在全国各大影院上映，这是常州创意产业基地第四部登上大银幕的动画电影。

据介绍，恐龙宝贝是有“东方侏罗纪”之称的常州中华恐龙园自开园起就着力打造的动漫形象，此前，以霸王龙暴宝、三角龙且宝、梁龙可宝、翼龙飞天宝4只卡通小恐龙为主角的电视动画片

《恐龙宝贝之龙神勇士》在全国各大少儿频道已经播出，在小观众中形成了一定知名度。去年，中华恐龙园着手制作电影版《恐龙宝贝》，希望能让小朋友走进影院发现一个更新奇的恐龙世界。电影版围绕封存了龙神力量的4块龙晶体，讲述了4只小恐龙拯救远古大陆的故事，故事之外还融入大量介绍恐龙的百科知识，暴龙、腕龙、五彩冠龙、剑齿龙等史前动物纷纷登场。（程丽仙）

《禅心箫韵·宋歌箫乐原创专辑》首发

本报讯 4月24日，《禅心箫韵·宋歌箫乐原创专辑》在北京首发。这张原创专辑的创作者和演奏者宋歌，不仅擅长音乐，在诗、书、画、印等方面也有较高的艺术造诣，尤以书法和篆刻而声名远播。

他的箫演奏技艺面世最晚，却最受人们关注，也最为人称道。他积近30年箫演奏之功，技法娴熟而不流于俗套，勇于探索借鉴，其箫声清丽，古韵悠长，尤有“禅味”。这种“禅味”的出现标志着他吹箫境界的高度，故有“禅

箫派”开创者之誉。

这张禅箫专辑，是宋歌经过几十年的沉淀积累，融合了全面艺术精髓，20首曲子一气呵成。更值得一提的是，这些曲子全部是宋歌没有提前准备，而在录音室即兴创作的。制作人苏一称赞说：“这么多年来灌录了几百张专辑，这是第一次遇到一气呵成的作品，自己在录音室由品质把关者变成了忠实听众。”据悉，专辑与集结了诗、书、画、印的精美画册一并发行，即将推向市场。（白炜）

面子上的好看，这种做法不又正是“煤老板”思维的典型表现吗？

当然，谁也不能否认中国电影在过去10年间的巨大进步。单从票房来看，从几千万到去年的全国票房100亿，10年间，中国电影市场已跻身世界第二的位置，其发展速度和潜力可以用惊人来形容。然而，正如广电总局领导曾经强调的那样，百亿票房值得欣慰但不值得炫耀。在黄金十年过后，值得欣慰的是中国电影毫无疑问地仍将保持高速增长，而不值得炫耀的则是我们的电影产业依然存在着诸如“煤老板”式思维等种种问题。因此，在未来10年，如果中国电影还想走得更好，就必须摆脱“煤老板”式思维的影响，回归到更专业的制作和对更高艺术质量的追求的正轨上来。只有有了这样的十年，我们才能有发展速度之外的期待，中国的电影产业也才能真正强大起来。