

“巨幕”大战序幕拉开

李璇

2011年贺岁大战最后一轮较量中,年度贺岁大片《龙门飞甲》携“巨幕”版和《金陵十三钗》正面对决。就在大战正式打响的前一天,中影集团联合中国电影科学技术研究所在北京UME国际影城正式推出“中国巨幕”系统。业内分析指出,此举意味着中国的巨幕电影放映系统与“IMAX”之间的较量正式拉开序幕。

几乎与此同时,位于北京东直门的保利国际影城打着“POLYMAX”巨幕招牌已经开业,并号称使用目前国际上最先进的4K双机放映系统。而在一年前,位于北京五棵树的耀莱国际影城便推出了自主研发的巨幕影厅,25m×17m的巨幅银幕高悬在590多个座位前面,这在整个亚洲,甚至全世界屈指可数。

此外,记者了解到,浙江横店院线也已安装了20多块自主研发的巨幕,“大概都在20m×16m左右。”世茂院线投资发展有限公司总经理刘明也向记者透露,他们已经注册了自主开发的巨幕品牌“世茂大视野”,并将于2014年年底之前相继建设22块“巨幕”。刘明还表示:“据我所知,还有好几家影院投资公司也正在研制并筹划推出自己的巨幕系统。”

IMAX效应

2010年初,一部风靡全球的《阿凡达》让“巨幕”一词走进千千万万个中国普通观众的视野。然而彼时,“巨幕”仅仅是“IMAX”的代名词。

早在2008年,IMAX便在我国表现出了超凡的吸金能力。好莱坞动画电影《功夫熊猫》当年在我国内地仅有的9块IMAX银幕上创下80.4万美元(约合550万元)票房,占该片票房的近3%。

2010年,《阿凡达》在全国14个IMAX影院的票房收入超过1.6亿美元,占该片中国内地市场总额的11%以上。北京华星UME影城IMAX单银幕产值达到了2000多万元,铸就了该片国内单银幕票房之最。《唐山大地震》和《盗梦空间》平均IMAX单银幕产值分别是普通版本单银幕产值的7.4倍和19倍。

一时间,IMAX成为“巨幕”以及“最佳视听享受”的代名词,各影院投资商也纷纷掀起了IMAX影院建设热潮。记者在2010年6月采访IMAX公司中国区代表周美惠时,对方曾表示,当时IMAX公司与中国众多影院投资公司共签署了52个合作项目。2011年3月,万达作为IMAX在中国最大的合作伙伴又与对方签署了75个合作项目,IMAX也借此宣布“希望到2016年中国大陆IMAX影厅数量能够达到300个”。最近,IMAX又与卢米埃达成了多项合作。

值得注意的是,IMAX公司2011年与万达和卢米埃采取了全新的票房分成合作方式。即影院建设以影院投资商为主,设备提供以IMAX公司为主,票房收入采取双方分成的模式。这也可视为IMAX公司对中国市场压力的一种妥协。IMAX公司总裁理查德·盖尔方德2011年2月在接受中方记者采访时就曾表示:“将考虑降低在中国的价格。”

IMAX的主动让步源于中国电影巨幕市场“唯IMAX马首是瞻”格局的突变。

“巨幕”之间的较量

记者了解到,现在国内有相当一部分投资商在建设巨幕影院时选择了自主配备相关系统而非

购买IMAX设备。“耀莱影城五棵松店在投建之初也曾考虑在590多座的大厅内安装IMAX,但他们的价格太昂贵了。我们最终选择自己配备双机2K放映系统,巨幕效果也很好。”北京耀莱国际影城管理有限公司副总裁刘振华表示。

保利影业旗下影院也曾与IMAX达成过15个项目的合作意向,最终由于价格原因转而自主研发注册了“POLYMAX”巨幕系统。橙天嘉禾中国区副总裁周华也曾向媒体表示,未来3年,橙天嘉禾计划在中国内地开设20座巨幕影院,“但不一定都引进IMAX设备”。据记者了解,目前多家影院投资商都自主配备了巨幕系统,保利和世茂还注册了自己的巨幕品牌。

“关键是价格问题。”原上海和平影都总经理王伯政向记者表示,“一座巨幕影厅购买IMAX的数字设备要1000多万元,而我们自己购买两台2K机双机放映才100万元左右,更高端一点用两台4K机也就150多万元,还不用支付设备维护费和影片转制费。”

相比影院投资方对于价格方面的考量,“中国巨幕”的研发方中影集团和中国电影科学技术研究所对“中国巨幕”的未来信心满满。“高昂的设备费和品牌使用费,使用的排他性和节目的单一性,已形成事实上的市场垄断和价格控制。科研所和中影作为国家队要有担当,有所作为。”“中国巨幕”项目领头人、中国电影科学技术研究所所长杨雪培向记者表示:“此外,IMAX公司对于方圆5公里之内不能建第二家IMAX影厅的规定,也让国内的影院投资方颇有微词。‘适合巨幕影院’的建筑本来就不多,如果方圆5公里内正好可以再建一块巨幕,

IMAX公司又不肯合作,投资方宁愿自己来建也不愿放弃这难得的物业条件。”刘明表示。

中国巨幕市场的未来

目前中国巨幕市场可以分为三大阵营,一是IMAX,二是“中国巨幕”,此两者扮演的都是技术和设备提供方的角色。第三便是以“POLYMAX”和“世茂大视野”为代表的影院投资方自主配备的巨幕系统,有很多可能尚未注册自己的品牌,且此类巨幕品牌或者巨幕系统仅限于自己的影院使用,并不对外出售。

“我认为中国巨幕市场未来的格局是多元化的,提供商和院线自主品牌并存,不会再出现一家垄断的情况。并且在技术差异不是很大的情况下,会以院线自主品牌为主。”保利影业运营技术总监胡哲向记者表示。

当IMAX技术上的不可替代性逐渐减弱,各影院投资商选择IMAX更多出于其品牌优势考虑

的时候,对比IMAX高昂的价格,以“高性价比”为最大优势出现的“中国巨幕”面临着巨大的机遇,但同时由于数字时代技术门槛的降低面临着与IMAX同样的挑战。

记者采访了多家影院投资企业,目前大多商家对“中国巨幕”还持观望态度。“主要看效果究竟如何,还有其品牌经营。我们自己做巨幕虽然可以实现,但还要进行品牌推广,如果其品牌做得好,观影效果好,价格也合理的话,不妨引进。”

据杨雪培介绍,“中国巨幕”已经和相关投资方达成了十几个项目的合作,将于2012年投入安装使用。“IMAX的品牌培育经过了十几年,‘中国巨幕’的品牌也需要慢慢打响。”此外,在片源方面,杨雪培透露,已经和好莱坞片商接触,希望能够将一些优秀影片做成专门的“中国巨幕”版本。“但我们不会像IMAX那样垄断片源,我们的版本在国内其他巨幕上也可以上映。”

相关链接

“巨幕电影”在中国的发展

据艺恩咨询调查数据显示,截至2010年2月底,中国内地共有“巨幕电影”银幕22块,其中13块(数字8块,胶片5块)用于商业放映,9块用于科技馆等公益放映。

2009年6月,IMAX公司和华谊兄弟正式建立合作伙伴关系,联手推出3部“巨幕电影”华语影片,《唐山大地震》正是其中之一。这部国内首部使用数字原底翻版技术的中国主流电影的成功上映,在为观众带来极具震撼的“巨幕电影”影音体验,迎来票房丰收的同时,作为第一部国产“巨幕电影”,极大地带动了国产“巨幕电影”的发展。

“巨幕电影”分为胶片“巨幕电影”和数字“巨幕电影”两种,国内早期影院大多是胶片“巨幕电影”,如东莞万达影城,而现在建设的新“巨幕电影”多为数字“巨幕电影”。“巨幕电影”胶片的优点在于色彩更好、画面更稳定,而数字“巨幕电影”优点则是放映成本更低。

影视人语

麦家:直面剧本改编问题

这是电影最好的时代?这是文学最坏的时代?思辨与娱乐孰轻孰重?作品与改编是敌是友?日前,“刀锋对话·上海站”麦家对话宁财神活动在沪举行。同为作家和编剧,麦家和宁财神对于拙劣的改编,都有着切肤之痛。麦家直指,中国导演改本子成风,他希望图书《刀尖》和电视剧《刀尖上行走》能划清界限。

谈到如何看待原著和影视剧的关系,宁财神表示,与其自己的作品被改得面目全非,不如自己当导演。而麦家则表示,小说与影视,是两个作品。小说如果是正面,影视就是背面。他对于好的改编剧本的定

位是,改得好的,让我佩服和尊重,改得差的,我在内心嘲笑。在麦家看来,中国导演喜欢改本子是一种风气。现在中国编剧素质低,原创能力太弱。

对于优秀的小说如何统一思想性与娱乐性,麦家表示,中国小说首先要解决的问题是怎样让小说好看,而不是耐看。现在,纯文学作家似乎都在写耐看的作品。其实写好看小说比写耐看小说更难。高雅只要端着架子就行了,但通俗没法装。小说可以走出一条折衷之路,那就是又好看又耐看。作家应该把自己放低,相信读者的眼力。

(来源:新浪娱乐)

陆川:中国电影别扎堆放映

《金陵十三钗》上映前,陆川的《南京!南京!》已取得了不俗反响。同样是讲述“南京大屠杀”,又有许多相似的桥段,然而两位导演的电影拍摄手法却风格迥异。陆川坦言在表现“大屠杀”题材影视作品手法上,如果不直接去拍,是无法展现真实历史的,所以中国电影应该尝试分级。

有不少观众表示看完《金陵十三钗》后很压抑,而影片《南京!南京!》有些细节处理也是很直接很残酷。对于南京大屠杀这些比较惨痛的回忆,陆川认为,反映“大屠杀”的,都会出现残酷的镜头,因为这就是历史。制作《南京!南京!》

时也剪辑了很多比较惨痛的情节,因为担心观众会受到刺激。但他认为这段历史由于无法逃避,因此只有直面才能展现真实的历史。但同时这也带出了另一个问题,就是中国电影应该尝试分级,让观众有选择地去观影。

有人认为《金陵十三钗》这种类型的片子放在贺岁档,是不太合适的,对此陆川表示,现在中国电影市场是比较乱的,这个东西也是完全没法去规划的。这么多片子赶在这个时间段上映,是因为中国目前这个档期就是这样,就这个时段票房最好。

(来源:《潇湘晨报》)

赵雨润:拓展微电影 推动移动互联

对接中国最大的网络游戏和文学平台及中国最大的卫视平台(湖南卫视),以创意营销为先的华影盛世,致力于打造影视、经纪、新媒体等360度后产品开发的产业链,成为探索中国互动影视娱乐产业链的先锋。目前,华影盛世正致力于在微电影方面的业务拓展。

华影盛世总裁赵雨润表示,现在微电影的蓬勃发展是缘于前两三年视频网站和手机终端的发展,以及互联网和电视等三网融合的发展。这使得播出渠道可能成本为零,所以才会有大量的人可以在

源头制作内容。比如拍电影,300万元拍一部电影,发行成本可能要500万元,这么大的规模,很少有人会轻易去做。但是微电影发行成本是零,不会有大的风险在里面,这也促进了它的发展。

另外,他认为,新媒体发展的十年,广告投放新媒体的比重在逐年增加,现在有人说视频网站在抢客户的电视预算,这是正常的。其实,微电影的蓬勃发展是这个时代的产物。据预测,明年微电影产量可能接近于电影,达到300至500部。

(来源:艺恩咨询)

影音资讯

逾30部电影竞逐第六届亚洲电影奖

据新华社消息(记者张雅诗)第六届亚洲电影大奖1月17日在香港公布入围名单,32部来自11个国家和地区的电影获提名角逐14个奖项。其中内地电影《金陵十三钗》和《龙门飞甲》等获提名最佳电影。

本届亚洲电影大奖由香港国际电影节协会主办,创意香港及香港电影发展基金资助,旨在表扬2011年出色的亚洲电影。除了角逐最佳电影奖项,由张艺谋执导的《金陵十三钗》还获得最佳导演、最佳编剧和最佳原创音乐等奖项提名。该片女演员倪妮获提名最佳新演员。内地与香港共同制作的《龙门飞甲》,导演徐克及

男主角陈坤,分别获最佳导演及最佳男主角提名。早前凭着香港影片《桃姐》夺得威尼斯影展最佳女主角的叶德嫻,将与该片男主角刘德华分别角逐最佳男女主角奖项。其他获提名影片还包括台湾的《那些年,我们一起追过的女孩》和《赛德克·巴莱》,以及在各影展中获奖无数的伊朗电影《伊朗式分居》、韩国电影《弓》等。

另外,大会还将颁发亚洲电影终生成就奖、亚洲新秀大奖和2011年最高票房亚洲电影大奖,以表扬电影工作者及公司对亚洲电影的贡献。大会日前已宣布终生成就奖由香港导演许鞍华夺得。

《白鹿原》角逐柏林电影节大奖

据新华社消息(记者郭洋)第62届柏林国际电影节组委会1月31日宣布,电影节主竞赛单元的23部影片已全部敲定,中国导演王全安执导的《白鹿原》在最后一时刻登榜,参与角逐金熊奖和银熊奖。

主竞赛单元的23部影片中,18部影片参赛,5部影片只做展映,参赛影片均为全球首映。《白鹿原》是唯一一部中国参赛影片,5部参赛影片中包括张艺谋的《金陵十三钗》和徐克的《龙门飞甲》。

《白鹿原》改编自陈忠实同名长篇小说《白鹿原》,小说以陕西

关中平原上素有“仁义村”之称的白鹿村为主要背景,反映了白姓和鹿姓两大家族祖孙三代人的恩怨纷争。

除入围主竞赛单元,侯孝贤执导的《10+10》、钮承泽执导的《爱》以及《饮食男女2》和《大雨天》3D版等近10部中国电影入围电影节短片、全景和新生代等单元。第62届柏林国际电影节定于2月9日至19日举行,开幕影片定为法国导演伯努瓦·雅利执导的《再见,王后》,各大奖项将于1月18日揭晓,当天荣获最佳影片金熊奖的作品将作为闭幕影片放映。

优酷春节大剧档热播

本报讯 龙年春节假期,视频网站优酷推出了春节大剧档,其中1月20日与湖南卫视同步播出《宫锁珠帘》,1月19日播出《新乌龙山剿匪记》,据了解,这两部与卫视同步播出的大戏均获得了大量的网上收视率。

作为《宫》的系列作品,《宫锁珠帘》中真正保留的角色只有雍正,并且感情戏将更为复杂。由于制作精良,在今年春节播放期间,取得了良好的收视。2011年,《宫》成为优酷指数盛典的大赢家,2012年《宫2》的表现,有望延续《宫》的较高收视和关注度。

《新乌龙山剿匪记》同样话题十足,老版本中“钻山豹”一角捧红了申军谊。在新剧中,这一角色由吕良伟担纲,再加上戏骨演员刘佩琦、偶像蒲巴甲,也十分具有看点。业内人士指出,《宫2》和《新乌龙山剿匪记》都是今年吸金作品,两部大剧几乎同步推出,再加上湖南卫视、优酷的“台网联动”所创造出的收视、播放量以及影响力,有望在2012年旗开得胜。

另据了解,作为影视版权最大互联网买家之一,2012年,优酷将提供卫视黄金档22部独播剧及200部热播剧。(曲晓燕)



有话就说

娱乐时代,电影期待艺术回摆

素淡

1月25日,享有世界声誉的希腊泰斗级电影导演西奥·安哲罗普洛斯遭遇车祸身亡,享年76岁。被誉为“希腊电影之父”的安哲罗普洛斯是希腊电影界代表人物,曾执导多部业界评价极高的佳片。从影40多年来,他始终举步谨慎和从不妥协,而那些舒缓而忧伤的镜头兼具大气磅礴的历史深度与清醒深刻的哲学气息,常常触及希腊动荡的近代史,聚焦那些由此而延伸出的各类社会问题,诸如战争、流放、移民和政治上的分裂。他去世的当天,有影评人评价这是世界影坛的一次“日全食”。而在1月21日,被称为中国电影战争片之父的著名导演汤晓丹病逝,享年102岁。曾由汤晓丹执导的《渡江侦察记》、《南征北战》、《南昌起义》等影片,成为中国战争题材影片的经典被永恒地留在了影迷记忆中。在电影圈内,汤晓丹被称为“银幕将军”,从气势恢宏的“三大战役”,到用兵如神的孟良崮保卫战,汤晓丹丰富而扎实的电影镜头,讲述中国人的战争记忆。

大师的离去,似乎意味着他们所开创的艺术电影的时代正在淡出当下电影创作的舞台,如今电影作为商品,其商业性、娱乐性尤为凸显,电影创作者似乎更重视电影的娱乐属性所带来的商业利润,而忽略了电影自身的艺术属性和文化价值。当下,商业大片的多了,对电影娱乐化、商品化的追求更迫切,而少见真正的电影大师,直面当下时代的困境并以对历史的追问令影像引发人们的感动和思考。粗制滥造的影片和单纯由明星堆砌而成的电影充斥银幕上,而极少数真诚深刻的作品却无法赢得市场。

当下电影世界,商业大片的娱乐消费大行其道,而在电影产业看似繁华的背后,有多少观众还会走进电影院,又有多少观众能够在电影中被触动,感受到艺术的美妙?据《华盛顿邮报》报道,2011年北美电影院线一共收获102亿美元票房,同比增长了106亿,降幅达3.5%,同时2011年还是1995年以来观影人数最少的一年。以当前美国平均7.96美元的票价,全年共售出12亿张电影票,相对于2010年流失了5%的观众。无独有偶,据日本影联发布的2011年日本电

影概况,过去一年,日本的票房成绩总计减少17.9%,时隔18年之后再度下滑。而在国内,据统计,2011年银幕数增幅大于全国票房增幅,把总票房除以全国影院银幕数,平均每家影院的票房收入实际要比2010年大约下降了10%。

当然,造成当下观影人数下降是有多重原因的,诸如观影渠道增多、金融危机、票价偏高等,但在笔者看来,这是由于电影产业的本质属性决定的——电影是文化产品,除了商业化的产品属性,还属于文化范畴,还应突出其艺术属性。如今,电影的这一属性正在被淡化,被忽视。

笔者春节期间在影院观察到,很多父母带着孩子到影院观看3D影片,一些初中生、高中生和青年情侣选择观影过节,影院里排起长长的购票队伍。而挤进贺岁档的电影基本上是魔幻、喜剧、爱情电影,观众们手捧爆米花和饮料,欢喜地走进影院。电影已经完全成为假日期间一种娱乐消费,而曾经引领的艺术属性,在当前这个时代被衬托得如此不合时宜。

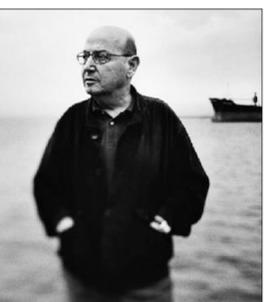
意大利电影先驱者乔托·卡努杜曾认为,在建筑、音乐、绘画、雕塑、诗和舞蹈这六种艺术之外,电影是这些艺术的综合形式,成为第七艺术。汤晓丹导演曾说:“电影是我的生命。我爱我所选择的电影道路!”而安哲罗普洛斯则说过:“电影唯一能做的就是使时间的流逝变得甜美。它与人做伴,让我们的生活稍微好一点,那就是好电影、好诗的作用。”而如今电影市场唯票房“马首是瞻”,昔日能在影像中寻找到的创作者

的电影理念,如今只是导演如何吸引眼球进而实现投资者利益的市行为。

微博上,上海电影集团总裁任仲伦在悼念汤晓丹导演时说,以电影为信仰,是电影大师赖以成功的根源。但有人仅仅把电影视为名利场。名利犹在,作品早逝。在笔者看来,在这个内容为王的产业中,电影的艺术属性和娱乐属性并非零和博弈,在这个“娱乐至死”的时代,我们期待电影产业来一次艺术的回摆!



中国著名导演汤晓丹



希腊导演安哲罗普洛斯