

影院版预告片渐少

谁动了我的预告片？

邵 岭

面对越来越少的影院版预告片，影迷不禁要问——谁动了我的预告片？忠实的影迷，大多像爱看电影一样爱看预告片。不过，你还记得最近一次在电影院看到预告片是什么时候吗？曾经，在正片之前放映下个档期上映影片的预告片，是影院的惯例。然而很多观众发现，如今要在电影院里看到预告片是越来越难了。近期，关于预告片的话题在微博上引起了影迷们的热烈讨论：电影院能不能少放映些商业广告，多放映些预告片？

能否看到预告片需要碰运气

张小北是名编剧。他看电影有个习惯：提前入场，就为了看正片放映之前的预告片。不过他发现，在影院能看到预告片的机会越来越少了。近日，他呼吁影院经理们在电影开场前多放映预告片的微博，引发了包括电影人何平在内的众多网友的共鸣和支持。很多人跟帖表示，自己和张小北一样，喜欢提前进场看电影预告片。但如今的电影院里，要么正片之前全是商业广告，要么连广告也没有就直接放电影，看预告片变成了一件需要碰运气的事故。

观众为什么喜欢看预告片？在张小北看来，预告片是电影制作方和观众之间的一座桥梁，尤其是影院版预告片，最能体现影片的制作品质、类型、风格等元

素，观众可以由此获得对一部新片的第一印象。时光网上的一项调查显示，大约九成网友首选预告片作为自己的观影指南。

也正因为如此，预告片被比作是电影上映之前的“试用装”。好莱坞就非常重视预告片，电影院会在正片之前放映10到15分钟的预告片；业界不仅有专门为预告片配乐的作曲家和为预告片配音的演员，还有特别为预告片设立的奖项；制作公司甚至会根据观众对预告片的反应而调整影片内容。在我国，随着电影产业的快速发展和竞争的日益激烈，预告片也越来越受到业界的重视，从最初由剪辑师一人操刀完成，变成现在由宣传、发行和营销人员共同参与，还出现了专业的预告片制作公司——张小北的另一个身份，就是太空堡垒预告片工作室的创始人。他说，和过去仅仅交代影片主创、类型和公映日期不同，如今国产电影预告片正逐渐向好莱坞靠拢，与电影一样讲究逻辑和结构；预告片的发布也不再是“一锤子买卖”，而是堪比系统工程，可以延续两三个月甚至半年，在不同时机相继推出前导预告、中期预告、贴片预告和终极预告，将影片的多个卖点一一展现出来；而其中的贴片预告，就是观众在电影院看到的影院版预告片。有些观众会将电影院大堂循环播放的预告片当做影院版预告片，这其实是一种误解。一位影院

经理说，影院版预告片的制作要比大堂版精良许多，前者甚至可能耗时一个多月、耗资上百万元。大多数国产影片都有提供影院大堂播放的预告片，其中往往只有半数左右的电影具有制作影院版预告片的实力。

除了制作精心之外，预告片的放映也很有讲究。说到底，预告片是一种电影营销手段，最根本目的在于广而告之，所有片商都希望自家的预告片能“傍住”热门大片。观众或许还记得，《变形金刚3》去年暑期档在国内上映时，正片之前的广告时间相继出现了《一代宗师》和《龙门飞甲》两部影片的预告片。眼下3D版《泰坦尼克号》已上映，贴在该片之前的预告片也不少。

进一步是鸡翅退一步成鸡肋

这么重要的预告片，为什么在影院里难寻觅？对于网友的不满，有影院负责人感到很无奈：如果有片商愿意来谈，“影院当然愿意放映预告片”，但从来没有片商就预告片的放映与影院谈过，找上门来的都是商业广告。影院只是被动接受发行商送来的片子，至于这部影片前面有没有贴上预告片，影院根本无权决定。有业内人士证实，预告片的放映确实是片商之间商谈的，与影院无关。举例来说，就是A片即将上映时，B片方会找A片方表达贴片意愿，如果A方同意，事

情就成了。

但影院真的如此无辜吗？上海东方电影发行公司发行部经理屠一中说，目前一部电影在进行数字化打包时会包含三部分：商业广告、预告片和正片。过去，这三部分是个统一的整体，差不多从去年开始变成了三个独立的数据包，这样一来，不少影院索性就不下载预告片了。东方电影发行公司在市场调查时就曾发现这样的现象：明明是一部贴有预告片的电影，在影院放映时却只剩商业广告和正片了。

利益驱动，被认为是造成这种现象的根本原因。据了解，预告片的放映主要是以片商之间资源置换的方式进行的，今天你的预告片贴在我的电影前面，明天我的预告片贴在你的电影前面，就像是一种业内的友情互助；制片方也不会因为放映预告片而付费给影院，更没有相关的合同约定电影院必须放映预告片。如此一来，再加上技术便利，电影院对预告片自然是手起刀落，删你没商量了。有人计算过，一天下来，由此节省出来的时间可以为单厅增排一个场次。

在商言商。表面看来，预告片既不给钱又占用时间，的确是影院的负担。然而很多人指出，从长远来看，预告片同样会给影院带来商机，因为它会勾起影迷看下一部影片的欲望。网名为“圈内电影人吐槽马甲”的影评人就分析说，预告片是吸引观众“返场”的重要手段，由此带来的票房



3D版《泰坦尼克号》

收入可以弥补场次减少的损失；何况像《变形金刚3》那样需要争分夺秒多排场次的电影并不多。而更极端的情况是，随着业界对预告片越来越重视，制作越来越精良，不排除有观众为了看预告片而掏钱的可能——影评人崔汀举了个例子：当年就有一些影迷为了看《星战前传1》预告片而购买电影《围困》的票。

目前业界比较统一的看法是，尽管预告片只有短短几十秒钟，却是成熟电影工业体系中的重要一环，而电影院对预告片的轻视会造成恶性循环。已经有观众注意到，为了让影院手下留情，有些贴片预告片时长从原先的90秒缩减到了30秒，根本无法起到预告片的作用。在张小北等人看来，要让更多的预告片回到影院，使之真正成为鸡翅而不是沦为鸡肋，需要制作、发行和放映各方的协作，电影院需要更加长远的考量，片方也应该为预告片的放映分担费用，同时制定相应的行业规则对影院放映预告片进行规范。这也是预告片在北美电影市场的成功之道。



央视将推出大型戏剧表演真人秀《谢天谢地你来啦》

据新华社消息（记者齐中熙 张筱薇）中央电视台综合频道将推出大型戏剧表演真人秀节目《谢天谢地你来啦》，首期节目定于4月14日正式播出。

央视综合频道副总监任学安说，《谢天谢地你来啦》将由央视首次将海外戏剧表演真人秀节目引入本土，其原型风靡十

几个国家，并被公认为一档“高智商”节目。该节目以“乐而不俗”为宗旨，被业界评为“高雅娱乐”。节目最大的特点是，对于参演明星来说，“一切都是未知”——没有剧本、没有台词，不知道自己将扮演什么，十分考验演员的演技和应变能力。

几个国家，并被公认为一档“高智商”节目。该节目以“乐而不俗”为宗旨，被业界评为“高雅娱乐”。节目最大的特点是，对于参演明星来说，“一切都是未知”——没有剧本、没有台词，不知道自己将扮演什么，十分考验演员的演技和应变能力。

从戛纳电视节看电视行业三大趋势

韦 巍

裸眼体验立体感觉。欧洲视听观察公司公布的数据显示，欧盟境内目前已开通20多个3D电视频道或3D试验频道。可以预见的是，3D技术将成为下一步电视技术发展的投资重点。

英国已率先在体育赛事转播中使用3D技术。2010年1月，在英格兰足球超级联赛曼联队与阿森纳队的比赛中，英国天空电视台首次运用3D技术进行电视直播。去年，英国广播公司（BBC）在其高清频道运用3D技术对温布尔登网球赛决赛进行了直播。今年2月，BBC宣布，计划在高清频道动用3D技术对伦敦夏季奥运会开幕式、闭幕式和男子百米决赛进行免费直播，并每天播发3D集锦节目。观众只需拥有一台

影视人语

魏德圣：小清新并非台湾电影宿命

一部《海角七号》，让观众们知道了台湾导演魏德圣的名字。近日，魏德圣携新书来到重庆西西弗书店做宣传。采访中，魏德圣称台湾电影流行的小清新风格绝非台湾电影的宿命。“我承认，台湾电影有长达20年的低谷期，所以很多低成本、不符合市场规律的电影由此出现，创作者都把火力集中在创作而不是制作上。比方说一部电影，本来是要2000万元新台币才能拍完的，但导演只能拿到500万元的投资，所以电影品质只有粗糙一点，在镜头

的设计上要妥协一点，这就是小清新出现的原因。”最近几年，很多台湾的影人都在大陆掘金，甚至台湾本土制作的电影在大陆都有不俗的票房成绩，在魏德圣看来，大陆市场太大，因此很难不受诱惑。“合拍片的诱惑最大，除了能在大陆上映，还能找到大陆的投资，但这样就想对容易失去一个创作者的想法。如果不担心资金的问题，我还是倾向于本土制作。”魏德圣说。

（来源：《重庆商报》）

方平：内地票价要降 明星要推陈出新

近期香港国际电影节上，香港导演们也在感叹内地电影票价高的问题。香港资深监制方平在接受记者采访时对于当前票价过高、大片成风等现状，发表了看法和建议。2011年，中国内地影院总票房突破了130亿元，好莱坞著名电影制片人特雷透露，美国目前的年度票房仅是100亿美元，可见未来中国的电影票房要持续增长就必须扩大观众范围和提高观影人次。对此，方平表示，“当然要培养观众看电影的风气，如果20元一张票，大家怎么会去看盗版？香港电影票现在都比内地便宜，华语片4.50港币，进口片80港币左右，可内地的收入普遍不及香港。香港

现在几乎很少卖盗版了，就因为没有市场，盗版碟都要20港币一张，你说大家怎么选？”但他强调，最重要的是片子内容过硬，“如果东西不好，再便宜也没人要。”在方平看来，电影是一个梦想，要有胆识、有长远眼光的人才可以做电影。“像几十年前邵逸夫、邹文怀他们那些大制片人，个个都肯下功夫捧新人。有胆量，不输输。一部失败了没关系，再拍下一部，培养出了多少大明星？现在明星断档，后继无人，就是因为没有人再敢这样做。”方平称：“现在唯有飞车、枪战、警匪是香港影人最擅长的东西了，这个是最后的优势。”（来源：新浪财经）

尤小刚：国产剧“走出去”应体现“普世价值”

国产影视剧如何才能成功地“走出去”？如何扭转“墙内开花墙外不香”的尴尬局面？对此，导演尤小刚谈出了自己的看法。从2003年起尤小刚拍摄的一系列“秘史”剧——《孝庄秘史》等在海外取得营销成功，屡获欧洲电视大奖，东欧和中东地区都有电视台购买并播出，还被北美的一些图书馆收藏。在他看来，“秘史”系列之所以能够成为他打开海外市场的一块敲门砖，其关键原因在于外国人和海外华人对探究中国历史富有兴致。“秘史剧是电视剧，但带有历史的严肃精神，同时兼具戏剧冲突剧情，有着强烈人文主义色彩和跌宕起伏的故事情

节，迎合了不同地域、不同口味的观众。我们在拍摄中注重以现代文学的立场来阐述历史，以历史唯物主义和历史批评精神为指导，着力于刻画历史人物的心路历程、人物关系和行为逻辑，这种真正扎根于中国历史的、严肃的、但又枯燥的电视作品，大家还是很愿意了解的。电视人需要负责任地反映中国历史和中国现实，缺了历史，缺了现实，缺了艺术感染力，电视剧就不能成功。”这是尤小刚总是挂在嘴边的“普世价值”——“中国电视剧‘走出去’一定要从创作入手，找到不同国家观众共同的兴趣点。”（来源：新浪娱乐）（于帆 整理）

古巴将举行低投入国际电影节

据新华社消息（记者殷永建）第10届国际低投入电影节将于4月17日至22日在古巴举行。与前9届不同的是，今年该电影节将扩展到古巴全国。

一年一度的低投入电影节由古巴已故电影人温贝托·索拉斯2003年创办，前9届均在古巴北部奥尔金省希瓦拉小镇举行。该电影节旨在促进生产低投入、高质量的电影。

电影节组委会主席莱斯特·哈雷姆特4月10日在记者会上

说，本届电影节将从希瓦拉走向全国。古巴各地25所影院将放映来自拉丁美洲、欧洲、亚洲等地区的113部影片，其中参赛片38部，包括11部长片和27部短片。

据悉，11部参赛长片来自11个国家，主要包括哥斯达黎加导演埃斯特万·拉米雷斯执导的《孕育》、秘鲁导演奥古斯托·塔马约执导的《监视》和阿根廷导演玛丽娅·劳拉·卡萨佩执导的《美若天仙》等。

►日前，小马奔腾与大学生电影节组委会联合举办的“黄金风暴进校园”系列活动于网络展开征集，得到了全国高校学子的热烈响应，他们为争抢该活动的主角导演宁浩进驻自己的学校而活跃于网络。4月5日，“黄金风暴进校园”的首站活动走进中国传媒大学，宁浩携手央视主持人白岩松，与到场的1500名年轻人一起首次分享了各自的青春与冒险的经历。现场，宁浩并不满足于单维度的交流，因其将于4月24日上映的新片《黄金大劫案》的主题关乎成长，他更希望聆听到年轻人的反馈，因此他准备了“青春问卷”发放给观众。该问卷引发了在场观众不同的反馈，年轻人对于“冒险”与“价值”的选择各不相同，但都真实反映了年轻人的想法。图为宁浩、白岩松在活动现场。（新华社 雷图摄）

影音资讯

“中国巨幕”投入运营打破IMAX垄断

据新华社消息（记者白瀛 鲍晓菁）“中国巨幕”4月9日在合肥中影国际影城正式投入使用，标志着这套我国自主研发的“高技术格式”电影放映系统进入商业运营阶段，打破了加拿大IMAX公司在我国巨幕市场的垄断。

巨幕指放映银幕比宽银幕电影的银幕更宽、纵向高度也大的电影银幕，出现于上世纪70年代，90年代开始兴盛。目前世界上最知名的巨幕系统为加拿大人发明的IMAX。标准的IMAX银幕为22米×16米。目前中国内地拥有近60块IMAX银幕。

我国自主研发的“中国巨幕”电影放映系统由中国电影科学技术研究所和中国电影股份有限公司联合开发，采用20米×12米的大银幕进行2D和3D的影片放映。去年底起作为研发阶段产品在北京双井UME国际影城投入使用。

纽约将办移民题材电影展

据新华社消息 美国纽约市长办公室移民事务部4月6日宣布，在4月17日至24日第九届移民文化周期间，市政府将举办移民题材电影展，以展示移民对美国的贡献，介绍移民的多元文化和美国移民史。

其间，纽约5大区不同地点将放映5部移民题材纪录片，其中由美国女导演玛丽·马齐奥执导的《苹果小贩》最为有名。这是一部融饮食健康、移民生活和娱乐为一体的纪实片，讲述了来自世界各地的新移民在纽约街头销售水果蔬菜的故事。影片赞扬小贩们将新鲜的蔬菜水果送至纽约各个角落，使得人们吃得更加健康。一些政界人士以及移民问题和饮食卫生专家

中国电影科学技术研究所所长杨雪培说，今年内预计共有15块“中国巨幕”在合肥、石家庄、成都、广州、上海、长春、乌鲁木齐投入使用。

中国电影集团公司副总经理傅若清说，“中国巨幕”的成功研发，推动了我国电影放映技术和装备自主知识产权的建立，填补了国内这一技术领域的空白，标志着中国电影进入到了世界“高技术格式”电影的行列。

杨雪培说，美国二十世纪福克斯电影公司、美国环球电影公司已经分别把《泰坦尼克号》立体版和《战舰》的原始素材提供给中国进行“中国巨幕”系统转换。“可见，全球的电影人都不希望某一项技术被一家公司垄断。”

他说，“中国巨幕”的进口片源，将不会少于IMAX，同时根据广电总局规定，“中国巨幕”每月将获得两部国产片源。

纽约将办移民题材电影展

学者还专门举办过专题研讨会，探讨这部影片所涉及的社会问题。另一部影片《黑暗之光》的主题是反对针对移民的暴力行为以及当地民众的反思。2008年纽约长岛地区一个小镇发生了一系列暴力攻击甚至谋杀拉丁裔移民的事件。拍摄者花了两年时间追踪拍摄受害者的亲友和邻居，讲述他们对事件的反思，以及当地居民团结起来反对暴力，强调尊重每一个人、尊重不同文化传统，维护社区治安的故事。纽约市政府自2004年开始举办移民文化周，通过每年举办不同的活动，增进普通美国人对移民文化的了解，促进社区和谐，减少歧视与暴力。（李大玖）