

行业观察

RealD 联手歌剧《蝴蝶夫人》带来新体验

好莱坞 3D 加速布局中国市场



RealD 大中华区暨亚太地区总经理艾德门·陈

□□ 本报记者 郑洁

随着中美电影新政的推进，中国作为全球第二大电影市场，迅速引起好莱坞独立制片导演、投资商及服务商的投资热情。第二届北京国际电影节期间，不但卡梅隆等大导演做起了个人营销，全球领先的 3D 公司 RealD 也携其新作《蝴蝶夫人 3D》高调亮相，并宣布将加快为中国市场提供其 3D 技术解决方案。4 月 27 日，本报记者专访了 RealD 大中华区暨亚太地区总经理艾德门·陈(Edman Chan)和《蝴蝶夫人 3D》导演朱利安·纳皮耶(Julian Napier)。

3D 电影开始联手舞台界

《蝴蝶夫人 3D》于第二届北京国

际电影节期间首映，接下去将在国内装置有 RealD 放映系统的影院同时上映。这是 RealD 与伦敦皇家歌剧院第二次共同拍摄与制作 3D 歌剧电影，双方在 2011 年合作拍摄的《卡门 3D》获得成功，这类题材与国内观众经常接触到的 3D 动作大片相比，无疑是完全不同的样式。

意大利歌剧家普契尼的《蝴蝶夫人》，讲述美丽的日本艺妓与美国海军军官一段凄美的爱情故事。据悉，全片在伦敦皇家歌剧院实地 3D 拍摄，使用 RealD 的优质 3D 科技，将古典歌剧的唯美与感动透过最新的科技重新呈现。导演朱利安表示，跟动作、灾难等题材相比，其实 3D 技术非常适合于表现情感文艺片，RealD 明亮、细致的 3D 放映系统一直为业界著称，可以引领观众身临其境地“没入”剧情中，也满足了全方位的感官体验。“3D 表现歌剧，我们想带给观众的是，每个镜头都如同坐在歌剧院里最佳位置观赏。”朱利安说道，如果要讲究技术上的不同，形象地形容，2D 电影需要近距离拍摄演员表情并且用多镜头切换来展现人物关系和剧情进展，但 3D 不需要，因为“你已经进入那个画面，那个人物就像在你身边一样”，而且 3D 每个镜头时间长，很多人物和故事情节都在一个画面里发

生。但是，3D 拍摄在技术上要难很多，要用 8 个摄影机同时拍摄。

这种题材上的“另类”尝试其实代表了好莱坞在电影产业上的前瞻性。朱利安谈到，在好莱坞，不光电影界，连剧院、舞台表演界现在都较接受 3D 拍摄，因为伦敦皇家歌剧院毕竟是固定不动的，而精致的 3D 电影能让更多人进行剧院般的欣赏。

艾德门·陈则表示，RealD 的自有版权投拍电影目前只有上述两部，他们并不期待《蝴蝶夫人 3D》能得到《阿凡达》、《泰坦尼克》式的成功，更多是给全球装备了他们系统的客户以一种另类选择，或者说是增值服务。目前他们在全球装备了超过两万台的设备，影院方可以随意选择，提供给特殊消费群体，或者间断性播放，累计起来就能保证一定票房。

好莱坞 3D 更多在投资“未来”

RealD 作为卡梅隆《泰坦尼克号》的 3D 技术伙伴，记者问到未来他们是否会更多参与影片投资，是否会参与到票房分成等问题，艾德门·陈表示，RealD 作为一家以提供 3D 解决方案为主业的公司，未来也不会以投拍电影为主，精力仍主要放在影院设备安装及放映支持上。但好莱坞的观点是，只有拥有更多 3D

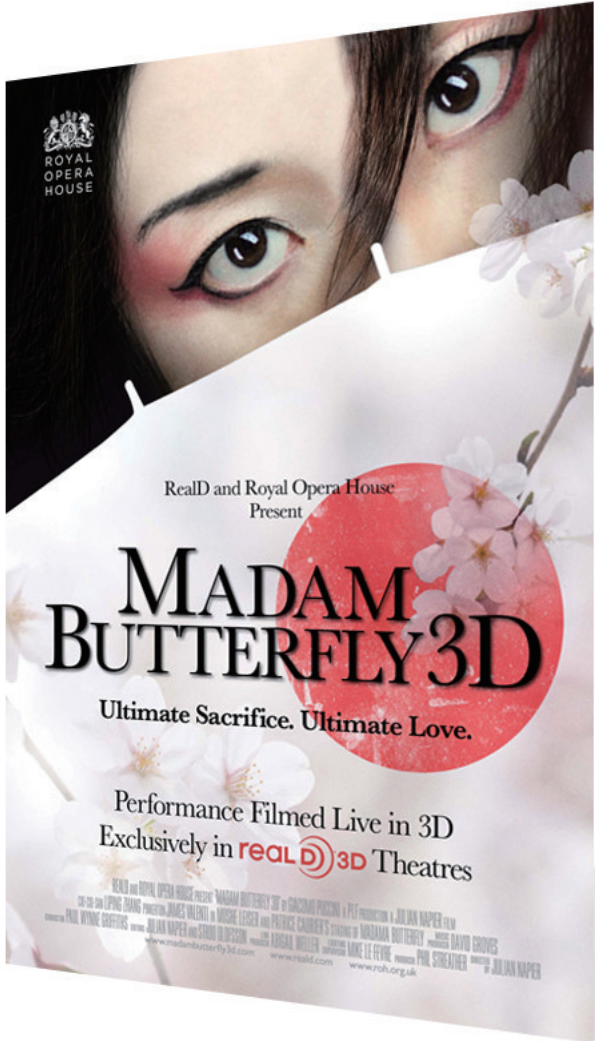
节目市场才会有发展，所以现在在好莱坞，非电影类的节目如球赛转播、演唱会、歌剧舞台剧等都在尝试用 3D 技术呈现。

而电影界对 3D 的拍摄热情也不减。2011 年，根据美国《纽约时报》报道，好莱坞投拍 3D 的热情消减，曾让好莱坞赚得盆满钵满的 3D 电影风潮看上去已经风光不再，最被制片方寄予厚望的《功夫熊猫 2》、《加勒比海盜 4》、《变形金刚 3》以及《哈利·波特 2》等 3D 影片的票房表现都不如预期。

“我所掌握的好莱坞投拍 3D 电影的热情仍然很高涨，今年投产的 3D 电影比 2011 年还要多。”艾德门·陈说道，现在好莱坞导演们都普遍认知，3D 拍摄能提高他们说故事的能力，而观众的幻想力也更为提高，3D 电影发展的主要问题是制作成本，普遍要比 2D 电影高出 25% 左右，但许多制片人仍选择 3D 制作其实是对未来的一种投资。“未来数字银幕、3D 银幕会越来越多，3D 电视机更会成为未来的市场大趋势，很多制片人拍 3D 也是为了保证未来 3D 电视的巨大内容需求。”

RealD 将加速进入中国

据记者了解，RealD 作为目前全



《蝴蝶夫人 3D》电影海报

世界最为广泛使用的 3D 影院放映技术，到 2011 年 12 月 23 日止，全球已经有 68 个国家，超过 19700 块银幕，900 家影院装设了 RealD 3D 放映设备。

“我们的经营理念跟其他 3D 技术服务类公司不太一样。我们以租金的方式跟国内的院线公司、影院管理公司合作，但租赁的是全套完整方案，包括设备安装、维护和技术升级等，上述的放映内容算是我们提供的软件配套或增值服务。”

据悉，RealD 公司拥有一系列知识产权的技术，适用于影院，家

庭影院或任何放映环境。在其业务链中，还有消费性家电等，甚至其技术还被用于领航火星探测车、军机、医疗等方面，其构画的蓝图不可谓不大。

“全世界有 12 万至 13 万块电影银幕，其中数字银幕尚只有一半，这一半中又只有一半装备了 3D 银幕，总体来说增长潜力巨大。”艾德门·陈乐观地表示，数字银幕持续增长迅速，尤其亚太地区。中国 3D 银幕虽已占到七成比例，但因为中国庞大的消费基群，仍有巨大商机。



第二届北京国际电影节开幕式红地毯

►上接第 01 版

国内电影人探索新商业模式

此次入围创投项目的 20 部影片中，国内的制作人、导演都表现出全产业链开发的开阔眼光，他们或者在前期制作环节为压缩成本，对核心团队和大牌演员引入后分期账制度，或者在项目立项之初就开始考虑后期的周边产品开发问题，这成为今年电影洽商的又一新特点。

《兔侠传奇》导演孙立军在接受本报记者采访时介绍，目前《兔侠传奇 1》国内票房收入 1500 万元，已在海外 70 多个国家发行，海外市场保底分成 120 多万美元，前不久刚在韩国的 270 多块银幕上映，德国一家电视台也刚购买版权。而此次创投会寻求投资、地区版权买家和广告赞助机会的《兔侠传奇 2》总预算为 1.5 亿元，目前已筹资金为 1 亿元，已进入前期制作阶段。“这笔钱中我们计划会花 3000 万元左右在营销

上。‘兔 1’就是吃了营销的亏，当时我们完成制作后已经没钱做营销，结果‘兔 1’在内地上映了 10 天就下线了，而且上映时间都是俗称的垃圾档，这次‘兔 2’我们想在国内冲击过亿票房。”孙立军说。

而对于剩下的 5000 万元预算如何回收的问题，孙立军介绍，将主要依靠游戏、玩具、教育等衍生产品的开发补充产业链条，“我们在开发故事时就考虑与周边的厂商合作，开发时尚衍生品，探索电影产业衍生道路。目前，我们已经与几家企业有过洽商，开发了 200 多种衍生品，主要是先由我们来开发样品，再进行招商，也算是商业模式的一种创新。”

但是孙立军也担心在国内目前的版权环境下，电影的衍生产品能否顺利发展，因为此前如“喜羊羊”等知名国产动画的衍生品开发并不顺利。孙立军的对策是将目标市场

对准海外，他表示《兔侠传奇 2》的衍生品销售 80% 将放在海外市场。

影企纷纷启动新商业计划

本届电影节上，国内诸多大型电影企业都启动了自己的新商业计划，其内容涵盖了影视基地建设、院线建设、年度新片投资计划、微电影、各类电影项目计划以及电影投资担保计划等。

保利影业投资有限公司公共事业部总监刘建峰介绍，目前保利影业在终端放映市场拥有 53 家影院、228 块银幕，2011 年票房收入达到 3.4 亿元，年接待观影 786 万人次，已成为保利文化集团除演出与剧院的版权环境下，电影的衍生产品能否顺利发展，因为此前如“喜羊羊”等知名国产动画的衍生品开发并不顺利。孙立军的对策是将目标市场

北京前三甲，其中东直门影城为保利影业之旗舰，与毗邻的保利剧院一起成为北京东部的文化娱乐中心。未来 3 年，保利影业将在全国范围投资管理数十座影城，影城总数达近百座，银幕数量超过 600 块。

而北京小马奔腾文化传媒股份有限公司与好莱坞特效翘楚数字王国(Digital Domain)4 月 26 日在北京电影节上正式签署合作协议，将在北京设立合资公司，小马奔腾不仅是内地成功携手全球顶级特效公司的第一家，未来还将在北京建设中国的首家数字特效摄影棚，将全球最顶尖的技术带入中国。小马奔腾副董事长钟丽芳介绍，本土特效人才的培训就显得尤为重要，这会是小马奔腾与数字王国的合资公司建立之后最先上手的工作之一，核心人才的培训周期可能达到数年之久，但意义深远，能将世界顶级的特效技术和经验嫁

接到中国市场来。“伴随着好莱坞特效大片长大的年轻一代逐渐成为最主流的观众群体，他们的偏好决定了市场的未来。”

正是基于对中国电影市场的这种思考，大地时代电影发行(北京)有限公司、北京金菲林文化传媒有限公司、北京凯视芳华文化传播有限公司三家国内电影业的老牌公司联合发起“中国新商业电影发展计划”，准备 3 年投资 3 亿元拍摄 15 部新片。北京凯视芳华董事长王大勇介绍，该计划不同于以往的许多电影制作计划，不是以导演为中心，而是以“电影产品”为核心。三家公司各有分工，代表产业链的不同环节，发挥各自在发行、制作和整合营销上的优势，打造一个具有综合服务能力的国产商业电影服务平台，“这是新电影时代的一种模式。”

该计划提出中小成本制作+本土原创+商业类型的“新商业电影”概念，借助全方位的电影服务平台，形成从项目开发、剧本创作到投资、拍摄制作、发行、整合营销推广的一体化模式，将与国内一批有独立思考能力和创意、从影 5 年以上的新锐导演合作，进行多类型、多种投资成本的组合，以整体竞争力规避单片风险。



洽商现场