

# 第二届北京国际电影节：“影视之都”打动世界

本报记者 钱力

4月28日,在北京的中轴线上,一曲《我和你》,伴随着英国皇家爱乐交响乐团的伴奏,在鸟巢与水立方之间的奥林匹克公园广场久久回荡。

为期6天的第二届北京国际电影节,就此画上了圆满的句号。

## “季”改“节” 深化专业性与国际化

从电影季到电影节,仅仅两年,北京国际电影节已成为世界电影的一次盛大派对。定位高端、巨星云集成为本次电影节的一个鲜明的标志。本届电影节在专业性、国际化的道路上迈出了重要的一步。

4月23日至28日,以北京奥林匹克公园7.7万平方米的区域范围作为核心区,以国家会议中心作为主会场,成功举办开幕式、北京展映、电影魅力、电影论坛、电影洽商、电影影响音乐会、电影嘉年华和闭幕式七大主题活动,同时还举办了欢迎酒会、华北五省市电影发展合作协议签约仪式以及盛世华典电影之夜、乐视网之夜、搜狐之夜等多项活动。

与第一届北京国际电影节相比,第二届北京国际电影节场地规模增加3倍,群众参与人数从十万人次增长到百万人次。全程超过500家业内企业洽谈投资,洽商签约交易金额达到52.73亿元,再创国内电影节签约交易额之最;卡梅隆等300多名世界一流导演、明星亮相红毯;100多万人次参加电影节各项活动;246家中外媒体注册,900多名记者直接参与新闻报道,美联社、路透社、法新社、德意志新闻社等境外知名媒体都对电影节流露出盛赞之意,对电影节在全球范围内的影响力、辐射力以及国际视野和胸怀,都表达了一致认可和赞誉。

“中国电影一直存在走出国门的困境,在苦练内功做好本土市场的同时,通过与国外合作,有助于文化‘走出去’战略的实现。”北京电影学院院长张会军说,北京国际电影节是中国电影“走出去”的一个重要平台,在电影节的交流互动中,中国影人能够更好地把握国际电影市场的脉动。

据悉,北京国际电影节明年起将启动评奖工作,朝着更加专业的电影节继续迈进。北京市广播电视局局长李春良说,电影节在规模、专业性上还有进一步提高的空间,下一届北京国际电影节将继续努力,打造成中国第一、亚洲一流、世界著名的电影节平台。

## 佳作云集,影迷的嘉年华

北京国际电影节不仅是电影业内人士交流的平台,也是电影观众和老百姓欢乐的舞台。这届电影节嘉年华活动和“北京展映”每天吸引了上万人广泛参与,形成了首都一道独特的文化消费景观。电影节在追求高端性、国际性、专业性的同时,让观众与影人有零距离的互动,共享最新潮的电影文化盛宴。

在6天的时间里,电影节设立了全场免费的嘉年华活动,在奥林匹克公园中心区设表演放映区、电影科技体验区、露天电影放映区、餐饮美食区等六大板块,另有7个主题日和12部展映影片的公益放映,影迷可以在这里尽情地品美食、赏大片,与电影零距离“约会”,过足了瘾。无论是外地游客,还是本地百姓,都称赞该活动是老百姓亲近电影文化的好场所,希望每年都能举行。嘉年华不仅是简单地展示电影技术,重要的是普通观众能积极参与互动,其中运用电影抠图技术制造

的“乘飞毯游北京”吸引众多游客,现场工作人员告诉记者,每天至少有二万人前来要求体验。

此外,本届电影节参展影片的数量和质量均令人惊喜。展映单元送选影片有900多部,涵盖六大洲、54个国家和地区。入选的260部中外影片,有戛纳、柏林、金球、戈雅、奥斯卡等国际重要电影节或奖项的获奖影片,也有在国内颇受好评、具有中国特色的华语影片,当然也有刺激惊险的好莱坞大片。这些影片在京城20家商业影院集中展映,忙坏了影迷。包括长达十几个小时的《指环王》3部连映活动,很多影迷参与了这样的马拉松观影。有影迷表示,正是因为这次展映,才有机会在大银幕看到《点球成金》、《一次别离》、《艺术家》等奥斯卡热门影片,及《单车少年》、《黑色面包》、《忧郁症》这样的欧洲佳作,“很多影迷没有同步引进,正觉着遗憾,这次借电影节展映终于有机会一饱眼福了。”一位观众这样表示。

## 突出“北京特色” 打造“影视之都”

“在北京举办国际电影节是我作为一个老电影人多年的愿望。”中国电影家协会主席李前宽感慨地说,北京既是中国第一部电影《定军山》的诞生地,也是中国电影资源最集中的城市,全国约60%的电影创意、电影制作、宣传发行精英团队都集中在北京。在北京举办国际电影节,于情于理,都更能代表中国电影的水准和形象。

尽管刚刚举办了两周,但是这场年轻的“盛会”精雕细琢。把“绿色、科技、人文”的奥运理念和“爱国、创新、包容、厚德”的北京精神融入电影节的全过程,实现了举办电影节与传承奥运遗产的有机结合,彰显出更加鲜明的北

京风格、北京特色。

“今年北京国际电影节的一个显著特点就是‘北京味’。”清华大学影视传播研究中心主任尹鸿评价道。北京高校林立,热爱影视艺术的青年学生和青年电影人才众多。北京国际电影节整合了创办已经19届的“北京大学生电影节”,体现了北京国际电影节的青春、青春、成长、创新的特点。同时推出一些“世界电影中的中国”“世界看中国”电影专题,形成一个展示中国文化特点、文化传统的影视作品系列,突出具有北京特色的文化主题,突出北京国际电影节“北京味”,利用这种文化差异吸引更多的国际电影人关注北京。

尹鸿表示,如果北京国际电影节将“中华味道”“全球互动”“青春活力”结合的话,那么在世界众多电影节中,可以说是独树一帜的。中国味道是风貌,青春活力是风格,全球互动是风骨,无论是在电影节奖项的设计或是各种电影节活动的组织,以及商业运作和衍生推广等方面,都可以逐渐形成北京国际电影节的独特性和竞争力。

北京电影家协会主席张和平认为,举办北京国际电影节,对首都市民文化消费理念的更新、文化消费空间的拓展、文化消费结构的升级都会产生积极影响。“电影节”的诞生地,也是中国电影资源最集中的城市,全国约60%的电影创意、电影制作、宣传发行精英团队都集中在北京。在北京举办国际电影节,于情于理,都更能代表中国电影的水准和形象。

北京电影学院国际交流学院院长张长丰说,电影节给了首都人民体验当今世界电影艺术风貌和文化魅力的好机会,也必然提升城市影响力,为北京打造“影视之都”、与世界电影界深度合作产生积极而深远的影响。



卡梅隆夫妇在开幕式上



北京奥林匹克公园“电影嘉年华”

# 《春娇与志明》:延续普通人的非普通爱情

鲁力立

2010年夏,香港青年导演彭浩翔凭借一部小成本、高人气爱情电影《志明与春娇》火速蹿红。虽然因大量的粗口对白而被定为三级片,不过,贴近现实的凡人小事依然引起了网民的狂热追捧。今年3月底,这部影片的续集《春娇与志明》一经上映,就在内地和香港均引起不小反响。这种轰动效果,一方面由于第一部作品的后续推动力让热爱《志明与春娇》和彭浩翔风格的观众回归,另一方面更得益于《春娇与志明》在故事编排、叙事风格、角色选择、文化碰撞等方面都比第一部更追求大范围的商业推广。

《志明与春娇》是讲述香港室内全面禁烟后,两个陌生男女因抽烟而偶然相遇相恋的故事。当然,片中还涉及到了其他错综复杂的男女关系,在禁烟令的背景下揭示了普通小人物的爱情和生活。

实际上,整个第一部影片都在讲述男女主角若即若离的关系,而这正是当下年轻人最普遍的爱情状况。因为生活压力而引起莫名焦虑,导致现代人对自己甚至自己都缺乏安全感和信任感。大幅降低的社会诚信几乎让所有人都下意识地上了一层保护罩。当爱情来临时,内心迷茫恐惧,既无法确定它的真实与否,更

无法明了自己要走的方向和方式,于是就在爱情致命的心灵中又矛盾撕扯。春娇和志明虽然认识不久,但吃夜宵、逃警察、唱歌时都分外开心。还有分别后的频繁短信,以及二人为春娇的男朋友吵架吃醋,这些都昭示二人相爱的现实。但是,春娇一直耿耿于怀志明没有明确表示“我喜欢你”,因此不敢轻易确定这份突如其来的爱情。直到影片最后,志明把I MISS U的短信颠倒过来彼此才微笑释怀。这简直是无数为爱挣扎的现代男女的原版再现。

在《志明与春娇》中,彭浩翔将个人风格和香港特色融入,没有繁复的故事逻辑,也没有跳跃的叙事节奏,但正是这种平凡才能把暧昧的酸甜苦辣演绎入心。而第二部《春娇与志明》除了标题的变动带来的新鲜感和神秘性,影片加入了更多商业片特色。它延续了普通人的普通爱情故事,延续了第一部恐怖、黑色幽默及与警匪等多种香港元素,但明显更富有戏剧性。

从影片风格而言,《春娇与志明》依然是恐怖情节开场,融入了夜生活等港片特点,但故事地点主要为北京,因此香港地域风格不再明显,一定程度上极有利于《春娇与志明》占领内地票房。从

人物角色上看,由于大环境的转变,诸多内地演员加盟,让这部作品不再完属港片,而是合拍片。特别是徐铮所饰演的Sam,杨渺所饰演的尚优优,成为第二男女主角涉足他们的感情生活,一直感情挫折的布兰达邂逅黄晓明所饰演的海龟男,内地演员和香港演员的对手戏让影片更有看点。从结构上看,第一部平铺直叙,节奏缓慢,风格清新,第二部则节奏跳跃多变,与今年情人节上映的《LOVE》、《I DO》等几部爱情商业喜剧极具共通性。最后从文化角度看,影片多次提及“北京干燥的天气”“水煮鱼”,镜头对准海、工体、CBD等著名景点,还有香港人极不适应的生活状态,香港文化和北京文化的碰撞也是一大亮点。因此,正是这些,共同组成了《春娇与志明》的全新的商业片模式。

如果《志明与春娇》用一句“有些事情,不用一晚上就做完”阐释了暧昧的美好,那么《春娇与志明》则是暧昧过后的恋爱苦惱。尽管第二部戏剧化增强,但大部分依然可以从中找到自己生活的影子。暧昧到恋爱再到分手,几乎是每一段爱情必经之路。那一句“谁没有受过几个混蛋”触动多少受伤的心。春娇与志明分开后,才能彼此坦白,感受

到一起时不一样的乐趣。剧中的尚优优也给恋爱无限启迪。从她的角度而言,男女与前女友纠缠不清,甚至背着她偷情,张志明就是个混蛋。但尚优优在得知这一切后用一张照片与志明主动了却过去,并放他追求幸福,完全是一个敢爱敢恨的北京姑娘做派。《春娇与志明》在故事戏剧化、模式商业化后,依然延续了第一部中以春娇与志明为主线,辅以多个典型小人物编织普通人的爱情故事的风格。但这也可能造成了单一味挚爱《志明与春娇》风格及彭浩翔个性的观众的失望。但是,无论怎样,变都比不变更有价值。彭浩翔在《春娇与志明》中不断探索和创新,作品推广面更广,上座率不减,就已经是莫大的不易。

更为商业化的模式、戏剧化的情节、跳跃式的节奏让《春娇与志明》惊喜连连,别有一番风味,平淡的爱情也非普通起来。但春娇与志明与梁山伯与祝英台、罗密欧与朱丽叶一样都是爱情中的善男信女,是天下所有追求美好爱情的青年男女的代表。所以,这部影片依然始终贯穿了讲述普通人的普通爱情故事的理念。正因如此,它才能够比第一部获得更广泛的支持和好评。



# 科技革新呼唤艺术的真诚

《泰坦尼克号》:不只是“大船”翻版  
何流

日前,经典影片《泰坦尼克号》3D版及4D版相继登陆银幕。时隔15年后,这部作品仍然让无数中国观众为之感动。从该片的再次火爆,我们不难看出时下观众对3D技术与3D影片的热情。同时,也不得不为卡梅隆导演对艺术的执着追求与营销上的娴熟老练而拍案叫绝。巧合的是,在不久前闭幕的第二届北京国际电影节上,主办方就邀请到这位影坛的传奇人物来做嘉宾,我想他所带来的经验,对中国同行也很有启示意义。卡梅隆能够多次创下票房奇迹,除了高明的营销手段之外,最重要的还是他作为导演对于电影制作的精益求精。在卡梅隆的每一部影片中,观众都会感受到强烈的视听震撼。用视听的冲击力来吸引观众,这正是世界电影的发展潮流。而老卡的成功之处,就在于他充分发掘了电影的视觉手段,同时用超前的3D制作技术对作品进行包装。

“科学技术是第一生产力”,对技术的重视正是中国电影一直以来所欠缺的。因此,国内许多人还在利用各种低俗的方式炒作式营销自己的作品时,卡梅隆却用自己严肃认真的创作态度告诉我们:导演必须首先对自己真诚、对艺术真诚、对观众真诚,肯下苦功夫在真正的“创作”上,这样才能创造真正的票房奇迹。

现在,中国电影不缺资金,不缺市场,最缺的还是内容的创新。内容的创新在我们这个时代很大程度上依赖于技术的创新。然而除了一部《龙门飞甲》,近期的国产片中很少有技术运用上让人印象深刻的作品。在国内,几乎没有像卡梅隆这样对电影技术拥有近乎偏执般热情的艺术家。但另一方面,我们亦不可妄自尊大,而忘掉自己的长处。实际上在合拍过程中,中国电影也有一些自身的相对优势。比如在本次北京国际电影节相关论坛上,国家广电总局电影局局长童刚就指出,中国有很多得天独厚的条件,我们有很多故事,有很多题材呢?抛开纯粹的技术创新不谈,卡梅隆这种艺术上的前瞻性

与预见性,也是值得我们学习借鉴的。伴随着互联网和各种新媒体的蓬勃发展,在这种环境下成长起来的年轻一代观众,天然地对于视觉性的东西有一种注意。那么这也应该引起整个电影行业足够的重视。毕竟年轻观众将是电影可以寄予希望的未来。此外,生产3D乃至4D影片,也有助于电影产业的繁荣。现在国内北京、上海、广州等主要城市均有相当数量的3D、4D银幕,但适合的片源却并不多。随着未来国产电影更多地使用这些技术,也会促进这些影院的发展,并进一步激起观众的观影欲望。

此外,电影毕竟还是一门叙事艺术,讲好故事对于任何电影来说都是最基本的要求,也是观众的核心需求。但关键的不是“讲什么”,而是“怎么讲”。换言之,无论使用了多么先进的技术,观众最终还是关注影片所传达出的价值观。说到底,技术也要为艺术来服务。所谓“世界的才是民族的”,中国电影要想真正走向国际,还是必须在情感价值上下功夫,用那些全人类共通的价值元素去打动国外观众,同时保持自己的民族特色。影人应该深入生活,用艺术家的那双慧眼去观察当下正在经历剧烈转型的中国社会,并创作出更多为世界观众认可的作品。

客观地来讲,当前的世界电影格局仍然是“西强我弱”,以好莱坞为代表的西方电影仍然占有领先地位。中国电影想在其中争得一席之地,除了必须遵循市场规律,还需要勇于进取,用具有独特性的作品争取市场份额。这种对市场的开拓,应是“润物细无声”式的文化传播。中国有着悠久的历史和文化,如何将中国文化用普世话语进行包装以打动国外观众,这对中国电影未来创作与营销都提出了新的要求。在此次中外电影合作论坛上,我们看到卡梅隆被邀请担任电影《孙子兵法》的技术顾问,作为一部中美合拍片,大师级人物的加盟也让我们没有理由不对它有所期待。在此,也希望中国电影未来能涌现出更多更优秀的3D电影。

## 电影《杀生》在京首映

本报讯(记者钱力)青年导演管虎八年磨一剑的荒诞悬疑片《杀生》于4月28日与观众见面。近日片方在京举办了名为“特立独行破茧而出”的全国首映礼,导演携全体主创出席。

《杀生》讲述了一群人如何联手杀死一个“不合规矩”之人的故事。管虎表示,自己想表达一种对于自由不羁的向往。黄渤则认为,《杀生》不以商业元素作为第一元素。在电影泛娱乐化的阶段,应该有重量感的电影存在。

因《斗牛》在金马奖上大放异彩,管虎得到了金马奖创投会的

## 贵州卫视推出5000万元节目创新基金

本报讯(记者李静)近日,贵州卫视在北京召开新闻发布会,宣布启动2012年“英雄季”,将在为期3个月的时间里推出《母子情仇》、《遍地狼烟》、《独立纵队》、《我是传奇》等7部与抗日题材有关的电视连续剧;同时,推出创新第一征集令,即“用5000万元节目创

新基金寻求节目模式和合作伙伴”,这一系列动作传递了贵州卫视将继续在电视剧和节目制作两大拳头产品上同时发力的构想。

贵州卫视总监曹曦表示,首推“5000万元节目创新基金”的目的是在全力打造新型的“周末重点类型节目”,盘活周末黄金收视时段,打造出符合频道定位、观众喜闻乐见的自办节目。目前,贵州卫视自办节目正在加快创新的步伐,《真相》、《取证》的收视率逐渐攀升,而《论道》、《领航客》坚定不移地走高端路线。但仅有这些是不够的,贵州卫视希望自办栏目能进一步提升频道品牌效应,今后“打造周末重点类型节目”将是贵州卫视坚定不移的发展方向。

## 首届中国“创客嘉年华”开幕

本报讯(记者钱力)4月28日,2012年“创客嘉年华”在北京中华世纪坛数字博物馆开幕,这是中国内地的首届创客主题活动。在现场,想象力丰富的各路创客们带来自己的创意,并与观众分享。同时大家通过自己动手来感受科技给人们生活带来的无限乐趣,并体会到艺术与技术的交流,思想与创意的碰撞。

所谓“创客”是指一群喜欢并

享受创新的人,他们更看重的是创意的实现,而不是创意所具有的商业价值。来自美国硅谷的知名创客活动家、创客文化推广者米奇·奥尔特曼说,世界各地的创客们以前都是通过互联网交流,“创客嘉年华”的出现使创客有了面对面的交流,使创客之间碰撞出更多灵感和创意。

作为本次活动的主办方之一,中华世纪坛数字艺术馆总经理陈彩云表示,今后还将继续推

动创客文化在中国的发展,鼓励青年创新创业。“创客嘉年华”负责人、北京创客空间联合创始人王盛林说,该活动通过“创客乐园”工作坊、论坛、分享会和创客成果展等活动,全面展示创新实践,进一步拉动中国创客文化发展。

据悉,本次嘉年华由北京创客空间、中华世纪坛数字艺术馆和中央美术学院设计实验室联合主办。来自世界各国80多名创客的50多项作品参展,活动将持续到5月12日。