

中国电影报

主管:国家电影局 主办:中国电影艺术研究中心 出版:中国电影报社 网址:www.chinafilmnews.cn 2019年08月07日 第31期 总第1613期 定价:3元

国家电影局消息,暂停大陆影片和人员参加2019年第56届台北金马影展。

◎ 壮丽70年 奋斗新时代

坚持以人民为中心的创作导向 以现实主义精神反映时代的历史巨变 ——新中国70年现实题材影片创作回顾

本报讯(记者 赵丽)习近平总书记指出:“中国特色社会主义进入了新时代。希望大家承担记录新时代、书写新时代、讴歌新时代的使命,勇于回答时代课题,从当代中国的伟大创造中发现创作的主题、捕捉创新的灵感,深刻反映我们这个时代的时代巨变,描绘我们这个时代的时代图谱,为时代画像、为时代立传、为时代明德。”

现实题材影片及其包涵的现实主义精神,是中国电影的优良传统,是百年中国电影的“传家宝”。新中国成立以来,中国电影人坚持以人民为中心的创作导向,时刻注重植根现实生活、紧跟时代潮流,顺应人民意愿、反映人民关切,创作出一大批既现实又生活、表达人民心声的贴近实际、贴近生活、贴近群众的优秀作品。

如新中国成立初期的《女篮5号》、《上海姑娘》、《我们村里的年轻人》、《李双双》,具有鲜明的时代特征;伴随改革开放进程创作而成的《天云山传奇》、《庐山恋》、《人生》、《秋菊打官司》、《一个都不能少》等,从凡人小事、社会巨变中探寻时代

的思想印记和人性的真善美;再比如新世纪以来推出的《郑培民》、《任长霞》、《可可西里》、《唐山大地震》、《杜拉拉升职记》、《失恋33天》等,实现了对历史的回顾与反思、对时代发展的记录与见证以及对当代英雄的讴歌与赞美。

党的十八大以来,现实题材影片的数量和票房占比都在稳步提升,创作出了一批表现现实生活、与人民命运、与时代同呼吸的精品力作《战狼2》、《湄公河行动》、《红海行动》、《我不是药神》、《空天猎》、《守边人》、《美人鱼》、《找到你》、《幸福马上来》、《老师·好》、《烈火英雄》等。今年国庆档,《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》等为时代画像、为时代明德、为时代立传,为新中国成立70周年浓情献礼。

这些影片既有对光明的歌颂、对理想的抒发、对道德的引导,又回避矛盾,用现实主义精神和浪漫主义情怀观照现实生活,用光明驱散黑暗、用美善战胜丑恶,让人们看到美好、看到希望、看到梦想就在前方。

(详见第2-3版)

8月影市有望创暑期档月度新高

本报讯 暑期档赛程过半,《哪吒之魔童降世》的横空出世让整个市场为之振奋,接下来的8月有《上海堡垒》、《使徒行者2:谍影行动》、《速度与激情:特别行动》以及正在热映的《烈火英雄》等中外影片列阵,吊足了观众胃口。

总体来看,8月片单非常亮眼。市场头部梯队如《烈火英雄》、《上海堡垒》、《使徒行者2》等影片强势;第二梯队影片《龙牌之谜》、《沉默的证人》、《保持沉默》、《鼠胆英雄》、《铤而走险》等,类型丰富多样;位于第三梯

队的影片《送我上青云》、《郊区的鸟》、《红花绿叶》等,以小而美的特点,具备了颇有针对性的市场吸引力。动画电影也在8月展现出新的活力,国产动画新标杆《哪吒之魔童降世》的票房纪录在8月持续产生,同时,一批新的中外动画如《全职高手之巅峰荣耀》、《愤怒的小鸟2》等也为本月市场增添了新的亮点。

这一切共同造就了8月电影市场“虎头、猪肚、豹尾”的优质布局。一个充满活力、颇具实力的8月已经来临。

(详见第6版)

一周影市观察:

《哪吒》逆势走强 《上海堡垒》受期待

本报讯 据国家电影专项资金办公室数据显示,上周共产出24.31亿票房,放映场次达257万,共吸引6750万人次观影,创造今年暑期档周票房新高。

其中,上映第二周的动画电影《哪吒之魔童降世》依然是本周票房冠军,本周共产出16亿票房,截止至8月6日,累计票房超26亿。本周开画的《烈火英雄》排在第二位,首周票房超5亿。

数据显示,《哪吒》在首周三天

的票房已显示出强劲态势,在上映前三天票房逐渐提升,在接下来一周的工作日中,《哪吒》的单日票房依旧保持在1.6亿-1.8亿之间,这一成绩甚至超过了其首映日的票房(约1.3亿)。在上周末,《哪吒》更是交出了单日票房超3亿的成绩单。业内人士认为,《哪吒》和《烈火英雄》在下周仍具备较强的市场竞争力,加之《上海堡垒》、《使徒行者2》等新片入市,8月上旬会再掀观影热潮。

(详见第5版)

科幻第一站,滕华涛“交卷”

本报讯(记者 林莉丽)采访间一坐下,滕华涛先向记者看的是哪个版本,“普通2D版的声音还原不是特别准确……”8月9日,《上海堡垒》IMAX-3D版本同步上映。

从《双面胶》开始讲述当代都市情感的不同侧面,到了2013年滕华涛想做一些调整。“连续创作,关于家庭情感的不同侧面的变化说的差不多了”,滕华涛说。

另一个促成转向的动力是中国电影市场持续高速增长。“我自己的判断,中国电影市场走到400亿、500亿票房的时候,观众将不再满足于看都市喜剧和轻松爱情,观众对工业化一定有要求。”

在题材类型的范畴内谈工业化,“科幻战争片”无疑是最硬核的挑战。

《上海堡垒》符合滕华涛挑战工业化的目标,在上海反击外形文明给了他最初的创作冲动。“小说本身是特别准确……”8月9日,《上海堡垒》IMAX-3D版本同步上映。

《上海堡垒》被书迷们昵称为“大堡”,对其中情感和人物内心状态的影像还原是滕华涛拿手的部分,但如何做科幻片对当时的中国创作者而言还是一片黑暗、迷茫。滕华涛知道很难,但隐约觉得“再难,三年总能做完吧!”

8月9日,滕华涛即将交卷。“作科幻片,我最看重的是了解一个类型的创作方法。有了这一次,后面就翻战更大的难度、做得更好。”(详见第4版)

《哪吒》观众满意度达87.5分 创历史调查国产动画影片新高

本报讯 中国电影观众满意度调查·2019年暑期档动画影片调查显示,《哪吒之魔童降世》(简称《哪吒》)观众满意度87.5分,成为历史调查26部国产动画影片的满意度冠军,也创造了历史调查影片第四高分。截至8月2日,影片凭借优秀口碑斩获近16.6亿元票房,树立了国产动画电影市场的新标杆,暑期档也因此迎来了第一个高光时刻。

档期内另一部动画电影《猪猪侠·不可思议的世界》(简称《猪猪侠》)满意度82.0分,居于历史调查动画影片满意度中间水平。而本档期首次扩展了对6-11岁儿童观众的对比调查,《猪猪侠》获得83.4分,显示影片更受低幼观众群体青睐。

满意度三大指数

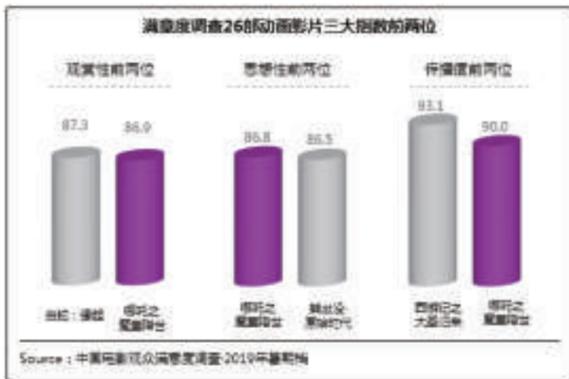
《哪吒》获得动画片满意度冠军
传播度两年来首攀90分高点

《哪吒之魔童降世》改编自中国神话故事,讲述了哪吒虽“生而为魔”却“逆天改命”的成长经历的故事。影片用现代视角重构经典故事,得到了观众的高度赞誉,观众满意度获得的87.5分不但是迄今为止调查的26部动画影片的最高分,也是历史调查所有影片中的第四高分。

满意度三大指数细分显示,《哪吒》思想性得分86.8分,影片对于人性善恶的立体刻画和敢于与天命抗争的精神表达都获得了观众的高度认可。观赏性得分86.9分,影片中山河社稷图、邪魅地下龙宫、冰压陈塘关、师徒决斗等场景无不凸显出高超的动画制作水准。特别是《哪吒》的优异表现激

历史调查影片满意度TOP5			历史调查动画影片满意度TOP5		
影片	档期	满意度	影片	档期	满意度
战狼2	2017年暑期档	89.2	哪吒之魔童降世	2019年暑期档	87.5
建军大业	2017年暑期档	88.7	白蛇:缘起	2019年暑期档	84.6
我不是药神	2018年暑期档	88.0	功夫瑜伽	2016年暑期档	84.2
哪吒之魔童降世	2019年暑期档	87.5	大闹天宫	2017年暑期档	84.0
红海行动	2018年暑期档	86.9	西游记之大圣归来	2015年暑期档	83.9

Source: 中国电影观众满意度调查



Source: 中国电影观众满意度调查2019年暑期档

发了观众分享和传播的热情,提振了市场信心,传播度高达90分,而上一个出现影片传播度超过90分的档期是2017年暑期档。

综合历史调查的26部动画影片来看,《哪吒》三大指数均名列前茅,其中,思想性居第一位,观赏性、传播度居第二位。截至目前,观赏性居第一位的动画电影是今年年初上映的《白蛇:缘起》,传播度居第一位的是2015年暑期档上映的《西游记之大圣归来》,另外2019年春节档上映的《熊出没·原始时代》思想性上也表现优异,这些影片均彰显了中国动画电影创作的长足进步。

人群评价差异

普通、专业观众一致认可《哪吒》
《猪猪侠》更契合低龄观众需求

从不同层次观众群体的评价来看,《哪吒》受到了普通观众和专业观众的双重认可,普通观众满意度得分87.5分,专业观众得分88分,是历史调查影片中唯一一部专业观众评分高于普通观众的动画影片。

从不同年龄观众群体的评价来看,有近七成观众认为《哪吒》没有明显的年龄限制,受众群体较广。相反,有72.3%的观众认为《猪猪侠》比

较适合学龄前儿童和小学生观看。

今年春节,主持中国电影观众满意度调查项目的中国电影艺术研究中心调查组在对《小猪佩奇过大年》的满意度调查和市场观察中发现,中国电影观众满意度调查对象的年龄起点为12岁,无法准确获得儿童观众的观影评价数据。经过论证,调查组在暑期档针对动画片增加了6-11岁儿童的比较调查。

此次6-11岁的儿童观众比较调查显示,《猪猪侠》满意度得分83.4分,《哪吒》得分77.5分,《猪猪侠》较《哪吒》高出5.9分。显然,《猪猪侠》满足的是少年儿童对于低幼动画影片的刚性需求。从影片要素上看,低龄观众认为《哪吒》的故事更好看,画面更优美、配音更有意思,而《猪猪侠》则是人物角色更讨人喜欢。

另外,从观影动机上看,《哪吒》最核心的观影动机为“影片口碑好”,其次是预告片吸引人、对故事感兴趣;《猪猪侠》最核心的观影动机为“孩子想看”或“适合带孩子看”,其次是口碑好、对故事感兴趣。这表明,影片口碑、故事好是驱动观影的核心要素所在。而营销上的吸引力与实力、观众圈层的大小都会带来观影人数的差距。

2019年暑期档上映的两部动画影片带给了市场思考、动力与信心。《哪吒之魔童降世》树立了国产动画电影创作的新标杆,有效地提振了市场信心,必然会让创作者更加凝心聚力于精品创作。《猪猪侠·不可思议的世界》收获低幼人群满意评价,他们的观影刚需是国产动画市场不可或缺的重要组成部分,细分观众是激发市场活力的重要途径。

(郝杰梅)

中影股份与老一辈艺术家共度八一建军节

本报讯 8月2日下午,中影股份邀请了八一电影制片厂著名军旅艺术家和曾经在电影中扮演过革命军人的著名演员师伟、田华、方辉、赵汝平、吴素琴、袁霞、金迪、张勇手、王玉珍、谢芳、李明启、卢桂兰、辛明、张金玲、宋晓英、石小满等(按出生年月为序)观摩了中影股份为庆祝新中

国成立70周年创作的献礼影片《打过长江去》(原名《百万雄师》),共度八一建军节。这些曾经出演过许多军事题材电影的艺术家们,充分肯定了这部影片,认为这是一部“讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄”的优秀作品。

(影子)



《红星照耀中国》8月8日全国公映



本报讯 由中共四川省委宣传部、绿地控股集团、四川新文广影业有限公司、西安嘉方影视有限公司、五粮液

集团联合摄制出品,中国电影股份有限公司北京电影发行分公司发行的献礼新中国成立70周年重大革命历史题材电影《红星照耀中国》,即将于8月8日全国公映。建军节到来之际,片方发布了“无悔使命”版预告,引发观众对这段历史的好奇和回味,也让大家对这部“举精神之旗、立精神支柱、建精神家园”的影片更加期待。

强大的制作团队对影片艺术标准的坚持,在影片中体现得淋漓尽致,更把如何借助电影语言,将一个历史故事

表现丰满、刻画精准并赋予新意的追求贯穿了始终。仅从预告的惊鸿一瞥中,就能看到悬念迭生的群像速写、火爆激烈的战争交锋,以及军民同乐的动情描摹和伟人风采的真挚刻画,而借助诗意的色调运用,宏大的场面调度和抓睛的细节呈现,使得观众过目即留痕、留痕即共鸣。清华大学教授尹鸿这样评价该片:“用诗化的叙事语言和艺术形式,展现了陕北的风俗人情和地理风貌,注重重大历史中的小细节,使纪实性的题材平添了不少故事性。”

(赵丽)