



活动现场

走进中国新疆电影发布会举行 坚持现实主义创作 用影像为“新时代画像”

■ 文/本报记者 赵丽

本报讯 6月14日,在第24届上海国际电影节期间,“走进中国新疆电影”新闻发布会举行。天山电影制片厂的电影人不仅推介了《塔克拉玛干大鼓声》、《远去的牧歌》、《歌声的翅膀》等多部展现大美新疆的电影作品,还以载歌载舞的方式传递了新疆人民的欢乐与热情。

扎根生活,记录时代变迁

“新疆多元文化荟萃,多种文化并存,多民族文化长期交流交融,是中华文化不可分割的一部分,同时也是拍摄电影的绝佳去处,满足人们对世界的想象。”发布会上,天山电影制片厂厂长高黄刚介绍,60多年来,几代“天影人”薪火相传共生产创作出了119部电影,30多部纪录片和300多集电视剧。近些年来,天山电影制片厂的影片接连获得中宣部“五个工程”奖和中国电影华表奖。

少数民族题材电影创作,始终是中国电影大家庭中不可或缺的一支重要力量。近年来,天山电影制片厂始终坚持走现实主义创作道路,用类型电影的方式讲述“脱贫攻坚”、“民族团结”的宏大主题,用诗意记录电影的方式描绘“牧民定居”、“绿水青山”的国策方针,用青春歌舞片的形式讴歌当代青年“追逐梦想”、“勇攀高峰”的精神世界,用类型片的形式呈现英雄和道德模范“真爱无疆”、“牺牲奉献”的崇高情怀。

这些不断推出的作品承担着记录新时代、抒写新时代、讴歌新时代的使命;以感动中国人物阿尼帕·阿尼马洪收养10个不同民族孤儿为原型的影片《真爱》,以新疆籍学生在内地高中班学习生活为题材的《梦开始的地方》;以传递正确人生观、金钱观的轻喜剧电影《钱在路上跑》;讲述乡村少女实现舞蹈梦想的《塔克拉玛干

的鼓声》;以哈萨克族牧民转场文化为题材,展现改革开放四十年来新疆沧桑巨变的《远去的牧歌》,以“民族团结一家亲”活动为题材的《昆仑兄弟》;以及前不久上映的大型青春励志歌舞电影《歌声的翅膀》等都是反映新疆当代社会生活、讲述新疆人民鲜活故事的作品。

“从生活中来,到生活中去。”近年来,天山电影制片厂始终坚持现实主义题材的创作之路,所有影片中的原型人物,都是在持续开展深入基层向人民学习,向生活学习的采风、采访、下沉体验中找到的。高黄刚说,“如果说我们的电影能发挥一点润物细无声的感化作用,那是建立在尊重观众,紧接地气的平实创作基础上的。”

“用心用情”真实展现新疆

当天,电影《塔克拉玛干的鼓声》的主创团队也来到推介现场,导演西尔扎提·牙合甫和主演郑晓宁分享了该片的创作历程和感悟。《塔克拉玛干的鼓声》以自治区开展的“访民情、惠民生、聚民心”活动为叙事线索,讲述了一个名叫阿依古丽的小女孩在“访惠聚”工作队的支持下最终实现舞蹈梦想的动人故事。

导演西尔扎提·牙合甫透露,影片中的主要故事和人物都有真实的现实原型。“这些年,新疆每年会有约七万名干部远离家人,深入到农村,与当地老百姓工作、生活在一起,他们离开城市和亲人,深入农村,为当地百姓修渠修路搞基础设施建设,帮助当地老百姓脱贫致富,解决当地百姓就业、医疗和教育等方面的困难,老百姓的生活得到了极大改善,农村社会的各个领域都发生了翻天覆地的改变。这种舍小家为大家的无私奉献精神,让我们的创作充满了冲动和感动。所以,影片的拍摄非常顺利,演

员的表演情感也很真挚,因为故事就发生在我们身边,既真实又感人,所有的演职人员都深受感染,怀着深厚情感投入拍摄。”

2021年4月30日,一名7岁的小男孩因手臂被拖拉机绞断,需紧急前往乌鲁木齐进行接臂手术。当地医生告知,手臂的再植黄金时间是8小时之内,否则细胞坏死后将无法治疗。于是一场与时间赛跑的接力救援赛就此展开。

据悉,讲述这位新疆“断臂男孩”的故事正在紧张拍摄中。导演西尔扎提·牙合甫表示,还原这样一个真实的故事,是对新疆各族人民亲如一家、互帮互助、和谐团结的一次很好展现,是对新疆各族人民生命权、健康权等基本人权得到充分保障的真实展现。

西尔扎提·牙合甫表示,“没想到有机会来导演这部电影。剧中的大部分主要人物都是由本人扮演,因为我们想通过原型人物自己来扮演自己,更加真实地展现整个事件发展的每一个细节。影片的拍摄非常辛苦,因为大部分的戏都是夜戏,再加上是边创作边拍摄,我们几乎每天都要工作到夜里四点才能够收工,但每一位演职人员、创作人员都觉得很值得的,因为他们都很自豪,能够参与到这部影片的拍摄当中。”

活动最后,高黄刚代表天山电影制片厂向全球电影工作者发出邀约,希望他们能走进新疆,认识新疆。他说,新疆不仅风光无限,人文荟萃,还是一个盛产故事的宝地。“千百年来,各民族兄弟姐妹在不同的生活环境、不同的文化背景中,造就了不同的民俗风情、不同的性格气质,大家共生共荣、相濡以沫,一起发展进步。在这片宝地上,发生了太多撼人心魄、异彩纷呈的故事。这些故事,为我们电影工作者提供了取之不竭的创作源泉和题材宝库。”

中国影视资本峰会： 关注“后疫情时代”市场走向 探讨电影商业模式转型升级



活动现场

本报讯(记者 林莉丽)由上海电影股份有限公司、每日经济新闻联合主办的中国影视资本峰会6月11日在上海举行。财经、影视、跨界、“破圈”和“后疫情时代”的市场走向成为本届峰会的核心关键词。

“后疫情时代”的电影产业

“2020年的新冠疫情给全球电影行业带来较大冲击,观影人数同比下降,很多国家的电影院关闭。”中银国际证券首席经济学家徐高提出,早在疫情前电影行业已经出现拐点,其背后的逻辑是“中国电影行业在经济中的渗透率快速提升阶段结束”。

从成长角度来看,徐高提出,“电影行业的收入增长,更多地取决于观影人数的增长,怎样吸引更多的人进入电影院,这是行业要面对的问题。未来电影内容与互联网文化产业新赛道的结合是机会所在。”

北京大学国家发展研究院院长姚洋表示,中国经济增长将进入一个新周期,全世界也会进入一个新的技术爆发周期。中国会在下一轮的经济增长当中处于前列,最具市场前景的行业分别是AI、新能源和电动汽车。

赛富亚洲投资基金创始管理合伙人阎焱分享了一个数据:2020年新

冠疫情给全球电影市场造成的损失达200亿美元。阎焱认为,“后疫情时代,随着短视频行业大行其道、网红经济遍地开花,网红经济对影视市场的影响力也越来越强,疫情或将给影视行业带来永久性改变。”

明年或将成就电影市场大年

电影消费的门槛被抬高,价值链被拉长,行业下一步的投资方向在哪里?

“虽然现在大家都在探讨电影行业处于低谷期,但我们认为这也是一个新周期的开始。”弘毅投资董事总经理崔志芳认为,“在中国市场,真正拥有IP和版权库的公司,才有持续性的发展价值。科技驱动也是一个好的投资机会。”

“中国电影仍有很大增长空间,未来资本在电影领域的投资会更加多元化。”中国电影股份有限公司副董事长、总经理傅若清对于电影行业的发展依旧很有信心。不过他强调,未来资本市场在保持关注电影龙头企业外,还应该更加关注电影的其他属性,如艺术性、产品属性等。

万达文化集团总裁、万达影视集团总裁曾茂军认为,随着资本泡沫破灭,“全球电影经过两年多的内容沉淀,即将出现爆发。电影市场会在

2022年迎来大年。”

“与其抱怨,不如沉下心来建设长期价值,一步步把行业蛋糕做大,那个时候资本会回到我们的行业,人才也会回来。”猫眼娱乐首席执行官郑志昊表示,影视公司更比以往更有耐心、更有信心地建设长期价值,坚持内容为王,生产好作品,最终一定能吸引资本重返行业盛宴。

电影产业模式亟待创新

“后疫情时代”,“后600多亿票房时代”,中国电影如何“出圈”跨界?

上海电影集团党委书记、董事长王健儿认为,电影IP和新消费新场景,应该是未来影视文化企业重点探索的方向之一。“现在的电影已经从单部作品的竞争,转向了多内容业态的竞争。在泛娱乐新消费兴起下,这点越来越明显。”也就是说,接下来上海电影在创作端要树立大IP的理念,考虑电影投资和新消费的结合;在延伸端,则要考虑全链和跨界内容的运营模式。

陈思诚相信延伸和跨界可能迸发的能量,“目前国内所有电影公司的市值总和不到迪士尼的16%,创作者可以尝试生产一些商业核裂变的内容。例如玩具、游戏、衍生品和乐园等商业领域共振”。

新浪潮论坛聚焦大银幕的“她力量”

本报讯 随着“她时代”来临,电影行业也涌现出一批聚焦女性生存现状、情感诉求和内心世界的影片,“她力量”在大银幕上得以聚焦和释放。同时,大银幕内外,女性题材电影依然面临着如何“沉淀有效价值”、“如何冲破性别凝视和刻板印象”、“如何寻求破局出路”的难题。

为此,新浪娱乐新浪潮特别邀请中国电影导演协会会长李少红、演员吴玉芳、亚太未来影视创始人兼董事长董文洁、《盲山》主演黄璐共同作客论坛,与新浪电影资深记者何小沁一起聚焦大银幕上的女性现象,解读“她力量”的破局之道。

近年来,《你好,李焕英》、《我的姐姐》成为年度电影“黑马”,创造了内容场和经济场的双赢。这些真实细腻、有张力的女性题材作品扎堆出现,用特殊的电影语言诉说“她时代”的“她力量”。董文洁表示,“女性力量”其实很难被定义,也不需要标签化。柔美是“女性力量”,刚强也是“女性力量”,包容是“女性力量”,细腻也是“女性力量”,“女性力量”其实体现在方方面面。作为电影人要关注生活中千姿百态中的女性形象,用好的故事、好的作品把它创作出来。

黄璐提到自己出演的《盲山》、《推拿》中的底层弱女子角色,认为她们一样坚强,可以“给很多广大的女大学生,甚至是特种行业的人一些警示或者一些触动,我觉得这些都是力量”。

李少红表示,不管是电视剧还是电影市场,女性群体都是不可忽视的一个受众群体,这让电影人们从不同的视角去关注女性话题和女性题材。李少红导演谈到拍《红粉》和《妈阁是座城》这类影片时,遭遇到了剧本改编走向的困惑,最后她坚持从女性视角出发,展现个体对社会和命运的感受和感悟,这让作品更加鲜活,受到业界和观众的肯定。

谈到让自己印象深刻的、独特的女性角色,吴玉芳表示:比如自己饰演的《送我上青云》中的妈妈,年轻时依赖丈夫,老了依赖女儿,在婚姻中没有成长,无法独立。这也是很多人在现实生活中的写照,有杰出的女性,也有平庸的女性。她认为那些可以打破自己、重塑自我的妈妈是非常有力量的。

根据《2020微博娱乐白皮书》相关数据,2020年票房前十的电影,只有一部《夺冠》是女性为主角,其他电影女性角色很少亮点。

对此,董文洁深有感触,她提及,《我和我的祖国》只有一个女性导演,《我和我的家乡》一个女性导演都没有。这也是她做《世间有她》的初衷之一;希望做成一个以女性视角讲述不同的女性故事的“她宇宙”。对于女性题材的选择,董文洁认为只要故事好,只要角色好,真正用了特别优秀的演员演技好,能把故事做出来,观众都会有共鸣。反观现在的一些角色“大脸谱化、套路化,没有情感逻辑,每个人都有女主光环、行为也无据可依,才会引发人们的反感和疲劳。”董文洁透露,她们正在关注江歌案、烟台性侵害等事件,希望可以让更多优秀的演员合作,挖掘更多生动的女性故事,讲述女性真实的心理和生存状态。

提到《世间有她》的合作,李少红导演也非常感触和感动,表示这是难得的关注到疫情期间女性的电影,聚焦这个时代的女性,并且全部由女性导演来执导:“当时没有任何的犹豫我就接下来,经历过那个时间之后,你每天都在观察,观察自己也观察整个社会。听到了很多这样的家庭和妇女的故事在发生中,我觉得有这样的机会把它表现出来太好了。”(影子)

纪录电影《天工苏作》定档7月10日

本报讯 非遗题材纪录电影《天工苏作》选择“文化和自然遗产日”宣布定档,将于7月10日院线上映。影片从琳琅满目的苏州传统工艺门类中,遴选了具有代表性的9项手工艺,并以12位非物质文化遗产代表性传承人的视角,讲述了这些手工艺的前世今生,以及每位传承人与手工艺之间发生的温情故事。

影片同时发布定档海报,海报以水墨风格绘制,视觉主体为粉墙黛瓦的苏式建筑,檐壁由片名“天工苏作”的文字笔画构成,颇具巧思。《天工苏作》遴选了灯彩、核雕、宋锦、明式家具、苏式船点、苏绣、香山帮建筑营造、缂丝、玉雕等9项典型的苏州传统工艺,这些非物质文化遗产将以绝美艺术作品的形式呈现于大银幕,展现在世人面前。

《天工苏作》以12位非遗传承人的视角,展现流传千年的传统工艺在历史长河中的流变与革新。12位主人公不同年龄、不同阅历,不同领域、各攻其巧,但都以一生坚守一艺,凸显了以守正创新为核心的新时代苏州工匠精神。导演孙曾田这样阐释影片的创作初衷,“通过这些人和艺的‘厮磨纠缠’,我们将呈现当代工匠精神的核心;开放包容的视野,一丝不苟的钻研、敬天爱人的涵养、持之以恒的创新。”这些手艺人既是时代的记录者,更是时代的创造者。

《天工苏作》导演孙曾田为国际纪录片协会会员,从事纪录片行业近30年,代表作《神鹿呀,我们的神鹿》豆瓣评分高达8.6分,曾获第11届“帕尔努”传记片电影节评委会奖、德国柏林人类学电影节评委会奖、第7届



上海国际电影节评委会特别奖等多个中外重要奖项。(林莉丽)

以AI技术解析电影海报

灯塔专业版助力中国电影工业化进程

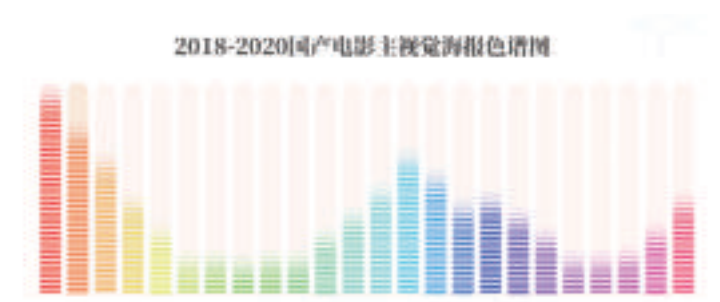
本报讯 6月12日,第24届上海国际电影节期间,由灯塔专业版、中国电影美术学会联合主办的电影海报艺术展在K11美术馆正式开幕,展览精选近十年来百余幅兼具艺术性与商业性的中国电影海报展出。开幕仪式上,灯塔专业版与北斗星智库联合发布《中国电影海报数据分析报告》,从电影海报中的角色数量、情绪表达、主色调偏好等角度对2018年至2020年的所有中国电影主视觉海报进行回顾与分析。

作为业内首个聚焦电影海报领域的专业数据分析报告,该报告以图像识别技术解析“藏在电影海报背后的数字密码”。灯塔专业版相关负责人王舒表示,“电影海报是观众感知电影的第一道窗,它在一部电影的宣发不同阶段承载着不同的作用,我们希望通过海报展的形式让观众及行业更多地关注创作电影海报的幕后英雄;同时,灯塔专业版与北斗星智库联合推出《中国电影海报数据分析报告》,希望以AI智能分析技术为电影行业从业者提供从经验到数据工具的提效探索。”

色调、情绪、角色 AI解析电影海报数字密码

喜剧电影海报具备什么样的共性?动画电影海报的角色表情为什么都很夸张?塑造惊悚氛围又有什么秘诀?依托灯塔专业版的影视数据,《中国电影海报数据分析报告》首次尝试将凝结了艺术价值与宣发使命的电影海报进行数字化“解码”。

数据显示,2018年至2020年,平



均每张电影海报上有3.6人。其中,动作、喜剧片海报上的角色人数较多,而惊悚片海报平均人数最低,仅有1.5人。报告分析,喜剧片海报人数多,但人像占比面积相对偏低,海报侧重表现角色的互动关系,烘托喜剧氛围;惊悚片人像占比最高,角色的面部元素露出为更重要的视觉呈现,以塑造更为惊悚的观感效果。

红、蓝色系是近三年电影主视觉海报的主要用色。在同一色系中,不同题材影片的海报对色彩偏好的选择也不尽相同。动作片海报多出现烈火、爆炸等元素,红色面积占比更高,同时可以传递激烈紧张的情绪;相比之下,喜剧电影海报中的橙色占比更大,以有效传递积极、活泼、欢快的情绪;家庭、悬疑、冒险等类型影片则更偏爱蓝色。

本次报告引入北斗星智库的AI技术,以人脸动作单元系统将人脸表情识别出基础情绪——高兴、悲伤、惊讶、恐惧、厌恶、生气及中性。报告不仅对情绪进行分类,更同步分析出情绪的强度。报告显示,近三年的电影主视觉海报中,刘昊然与岳云鹏以累计4次的“高兴”表情并列成为海报中“最高兴”演员,刘青云、陈奕迅、田雨则成为海报中表情最激烈的演员,

古天乐则是近三年电影海报出镜率最高的“真劳模”。此外,与孩童对世界的探索与好奇心理高度契合,动画电影海报的“惊讶”情绪远高于其他题材。

物料管理数据化、工具化 助力中国电影工业化

电影海报创作者黄海在报告序言中写道:“海报很小,只是电影工业的一个小齿轮,而工业需要每个从业者的热爱与汗水。”作为业内首个聚焦电影海报物料的数据报告,《中国电影海报数据分析报告》洞察了近年来中国电影海报的核心特点,为行业生产效率的提升打开了一扇新窗口;用数据和工具为创意内容服务,提升决策效率,同时循环沉淀行业数据,助推影视行业工业化进程。

身为电影宣发的重要一环,电影海报在兼具美学和观赏价值的同时,也是为电影传递核心价值、吸引观众的重要介质。《中国电影海报数据分析报告》的推出,是灯塔专业版继电影“预告片大赏”之后,对电影宣发物料进行数据化洞察、工具化管理的再次探索。

(赵丽)