

中美影视合作高峰论坛 在北京和洛杉矶举行

本报讯 近日,第十七届中美电影节、中美电视节中美影视合作高峰论坛在北京和洛杉矶两地举行,并在线视频会议方式实现中美两国影视行业对话交流。本次论坛以“新挑战、新机遇、新起点”为主题,围绕“后疫情时代影视行业面临的挑战”、“技术创新带来的机遇”、“中美影视合作前景展望”三个议题开展交流讨论。

本次论坛由中美电影节、中美电视节组委会与中影股份、中国电影海外推广公司、中华广播影视交流协会、中国电影基金会、中国电视剧制作产业协会以及首都广播节目制作产业协会联合,并得到中国国家广电总局、中国驻洛杉矶总领事馆、美国洛杉矶市政府的大力支持。

美国国会议员赵美心、金映玉,洛杉矶郡郡长凯瑟琳·巴格,中美电影节、中美电视节主席、美国鹰龙传媒董事长苏彦韬,中国驻洛杉矶总领事馆

领事张平,中华广播影视交流协会副理事长闫成胜,首都广播电视节目制作协会会长刘燕铭分别在洛杉矶和北京论坛现场致辞。

蓝海集团CEO 诸葛虹云与中美电影节、中美电视节主席苏彦韬共同主持了论坛,参加此次论坛的中美双方嘉宾包括中美电影节、中美电视节共同主席,奥斯卡获奖电影《百万宝贝》制片人 Andre Morgan,华纳传媒国际中国、澳大利亚及新西兰总裁 Adam Presser,美西编剧协会国际委员会负责人 Bob Underwood,中美电影节、中美电视节委员、艾美奖和奥斯卡奖得主 Richard Anderson,中国电视剧制作产业协会会长、国家一级导演尤小刚,首都广播电视节目制作业协会会长刘燕铭,导演唐季礼,阿里文娱优酷海外运营与发行负责人周鹏,世纪优优(天津)文化传播股份有限公司董事长李福德。

中华广播影视交流协会副理事长闫成胜、中国电影海外推广公司负责人谷国庆在北京会场分别做题为《深化务实产业合作,促进中美人文交流》和《中美影视合作前景》的主旨发言,介绍了中国广播电视网络视听及中国电影发展情况,并对深化中美影视产业务实合作、人文交流提出了展望和建议。

论坛上苏彦韬表示,感谢中国国务院新闻办公室、中国国家广播电视总局、美国洛杉矶郡政府、美国制片人协会、美西编剧协会和中国驻洛杉矶总领馆对于中美电影节中美电视节的共同支持。同时强调,“尽管影视行业正在面对各方面的挑战,但我仍然相信,只要中美影视人携手合作,通过影视作品相互交流与合作,定会增进中美人民之间的友谊,搭建起人文交流与合作的桥梁。”

(李佳蕾)

中国电影市场为何“风景这边独好”?

文/谷国庆

很荣幸应邀就中美电影合作的前景与大家分享。谈中美电影展望,首先要了解中国电影市场的现状,美国影片在中国的市场情况,深入了解了这些,才有利于中美影视文化的互通交流,更好地促进两国的影视繁荣发展。

中国电影市场一枝独秀

今年截止到10月10日,中国内地电影票房达到了401.26亿元,银幕数量达到了80743块,总票房和银幕数量居世界首位。票房过亿影片达47部,其中国产影片33部,已超过疫情前的2019年的同期水平。预测今年年底中国电影总票房有望达到500亿,继续领先全球。

中国电影市场之所以能有如此骄人的成绩,我认为有如下几点原因:

第一、在党和政府统一指导下,疫情防控得力,人们观影、出行有安全感;社会经济发展成效显著,人民生活水平有了提高,文化消费已成为人民的刚需。

第二、票房400多亿的背后,是优质影片的充足供应,如《长津湖》《你好,李焕英》都达到了54亿以上的票房,《唐探3》也是达到45亿多元,其他如《中国医生》《我和我的父辈》《怒火·重案》等票房也都在13亿以上。主旋律影片市场表现更加突出,多样化类型片不断拓展,继续赢得观众,无论是像《唐探3》这样的商业片,还是像《守岛人》这样的主旋律影片,都已成为了市场上的观影主流。

第三、形成了成熟的档期效应,取得了良好效果。观众在档期内观看大片已成消费的惯例和主渠道。比如今年春节档期票房就较疫情前的2019年增长了32.83%,今年国庆档期票房也与2019年同期相差不多,节假日看电影,已成为新风尚。

第四、高票房背后,是8万块银幕的有力支撑。这里特别要强调中国的影院建设分布合理,遍布一、二、三、四线城市和部分乡镇,其中县级银幕达到28525块,占全国的35%,乡镇银幕达到12958块,占全国16%。目前,影片发行放映已下沉到三、四线城市,据有关数据,二线城市想观看国产大片的观众在30%左右,四线城市达到了40%。同时,巨型银幕、大银幕的数量也居世界第一,这给一、二线城市观众带来了福音,有效地提高了市场份额。

第五、电影创作并没有因疫情而停滞,而是保有可持续发展的态势。如今年国庆档后,电影人在浙江横店召开了院线影片推介会,700余位电影人参会,推介影片达140余部。这些影片为今年年底的贺岁档、明年的春节档以及明年年初的市场带来了亮点和信心。

推动国际交流合作实现互惠共赢

中国电影市场这边风景独好,也为国际影视市场带来了良好的示范。

以美国影片为例,《速度与激情9》全球票房折合人民币45.8亿,美国本土票房11亿,而中国大陆票房达13.92亿位居第一,占全球票房的30.8%,有3543万人次观看。《哥斯拉大战金刚》全球共获得票房折合人民币29.9亿,其中美国本土票房6.4亿,中国大陆票房达12.3亿,占全球票房41.1%,也位居全球第一,3291万人次观看。《失控玩家》全球票房折合人民币21.1亿,美国本土7.7亿,中国大陆票房6.1亿,占全球票房29%,1576万人次观看。《人之怒》全球票房折合人民币6.65亿,中国大陆票房1.65亿,占全球票房24.8%,489万人次观看。

《彼得兔2》全球票房折合人民币9.8亿,中国大陆票房1.98亿,占全球票房20%,602万人次观看。《寻龙传说》全球票房折合人民币8.34亿,中国大陆票房1.28亿,占全球票房15.4%,340万人次观看。《寂静之地2》全球票房折合人民币19亿,中国大陆票房2.5亿,占全球票房13%,716万人次观看。《猫和老鼠》全球票房折合人民币8.5亿,中国大陆票房1.05亿,占全球票房12.4%,304万人次观看。《沙丘》全球票房18.9亿,中国大陆票房2.13亿,占全球票房11.3%,436万人次观看。《黑白魔女库伊拉》全球票房折合人民币14.9亿,中国大陆票房1.55亿,占全球票房10.4%,423万人次观看。《007无暇赴死》目前全球票房折合人民币38.7亿,中国大陆10月29日上映,预计最终票房近5亿。年底前还会有美国影片陆续上映,市场前景依然可观。

分析上述影片可以发现,取得好成绩的影片类型依次为动作、科幻、剧情、喜剧、动画等。这些影片除艺术精湛、制作精良外,取得好票房成绩,也是各有其特色和原因的,如《速度与激情9》《哥斯拉大战金刚》,中国票房都超过美国本土的票房成绩,这是因为影片的品牌已有延续性,观众对其有期待值。《速度与激情7》上映之前,主演保罗沃克不幸身亡,使该片当年上映火爆一时,全球票房近100亿,中国大陆票房24亿,占了1/4,这就是系列影片的名人效应、事件效应及观众观影的从众效应。

时隔11年,今年3月《阿凡达》复映,取得了3.75亿人民币票房,也说明了这一点。《失控玩家》整合了诸多电脑游戏的元素,同类型影片《头号玩家》在2018年上映,全球票房折合人民币38亿,内地票房13.96亿,占全球37%,中国有3亿以上的游戏玩家群体,是这类影片的拥趸和粉丝,对这类影片会有新奇感、趣味感、期待感。

另外是适合儿童和青少年观看的影片,如《彼得兔2》《猫和老鼠》,都是动画喜剧,但是两部之间市场占有率差了一倍,《彼得兔》2018年曾上映过第一部,《猫和老鼠》虽然电视播映得家喻户晓,但电影版还是首次和中

国观众见面,另外《猫和老鼠》在题材和表现形式上由传统的搞笑默片变成了“动画+真人实景”,较之传统表现形式缺少了童趣与幽默,此片趋于成人化,成年观众又觉得它是儿童影片,造成定位和观众群的模糊。这也可能是《猫和老鼠》一片在中国票房不及《彼得兔2》的原因之一。

经对观众群体想看电影大数据分析,中国电影市场观众主体可以用两个“手拉手”概括,一是情侣拉手观影,观看哪部影片基本上由女性来决定,男性愉快陪同,通过数据分析,无论是《我的姐姐》《你好,李焕英》这样的女性视角影片,还是《长津湖》《中国医生》《我和我的父辈》《唐人街探案3》,女性想看比例都高于男性。反观美国影片《速度与激情9》《哥斯拉大战金刚》《失控玩家》等,想看电影观众大数据分析,则是男性观众比例高,这大概是美国影片在中国内地票房弱于中国大片的的原因之一。另一个“手拉手”就是儿童观众的选择,影响着父母及全家,这也是现阶段中国家庭观影构成的特点,由孩子加父母加祖父母和外祖父母,所以“1+2”甚至“1+N”,成为寒暑假家庭观影的主流。

根据想看电影大数据分析,进口片观众也在迅速向三、四线城市下沉。一般进口片在此类城市的观众比例保持在30%左右。三、四线城市对进口影片的认知度、欣赏能力较一、二线城市有了跨越式的发展,这说明三、四线主流观众正向有知识、有文化的青少年观众转化,他们是当地建设、消费的主力军,同时也是国际影视文化同步交流与观赏的主体。

我们的影视文化交流并没有因为疫情而减少,在今年,我们引进了十几部美国影片的同时,又将100多部次的国产影片推销到了全球27个国家和地区,取得很好的成绩。

借此机会,我们也希望能够加大中美两国影视文化交流,尤其是中美合拍影片的交流。中美合拍影片是中美文化交流的重要途径,也是中美两国人民加强文化了解的重要渠道。在疫情期间,中国电影市场呈现出的良好的可持续性的发展势头,为中美影视文化、人文交流迎来了新的商机,搭建了新的平台,我们希望能通过实质性的推动工作,就像我们这次座谈会,和第17届中美电影节一样,为促进中美两国影视文化的交流与合作继续助力。

(作者为中国电影海外推广公司负责人,根据在第17届中美电影节影视合作论坛上的发言整理)

黑龙江龙江县在影院上党课让党史学教人人心

本报讯 为庆祝中国共产党成立100周年、中华人民共和国成立72周年,龙江县委宣传部启动为期一年的红色影片系列电影党课活动,将观看红色优秀爱国主义题材电影纳入党史学习教育必修课,依托优秀爱国主义题材影片弘扬民族精神、提升爱国情怀、传承红色基因,让党员干部在光影中回顾中国共产党从苦难到辉煌的百年历程,让党史学习教育深入人心。

为实现红色电影辐射区域全覆盖,龙江县采取城镇影院和农家影院相结合的方式,在县级层面,由县委宣传部制发《关于组织集中观看“庆祝中国共产党成立100周年 优秀爱国主义题材电影”的通知》,充分发挥影院的文化宣传阵地作用,号召各单位组织广大党员干部走进“人民院线”影厅,开展红色影片观影活动;在乡镇,将农家影院、文化站与新时代文明实践站(点)等重要文化场所相结合,实现14个乡镇“红色影院”全覆盖;在村级,将158个行政村的农家影院设置成“红色影厅”,打通红色电影的“最后一公里”。

与此同时,龙江县积极发挥横店影院“人民院线”影厅的作用,采取院线新片和经典老片相结合的方式,在日常商业放映基础上,对特定优秀主旋律影片和“五一”、“七一”、“十一”等重要时间节点的重要影片实行“专厅专用”,采取组织观看、优惠票价、免费展播等方式,保证放映阵地,扩大“电影大课堂”覆盖面。针对广大党员干部有《建军大业》、《平原游击队》、《金刚川》、《青春之骏》、《悬崖之上》等优秀红色影片,使机关干部更

最受观众欢迎十大浙江出品影片评选启动

本报讯 11月3日,由浙江青年电影周组委会、电影频道融媒体中心、1905电影网发起的“最受观众欢迎十大浙江出品影片”评选活动正式启动。近年来,浙江出品电影佳作频出,涌现出多部具有传播度、辨识度、美誉度的电影精品,实现社会效益与经济效益的高度统一。

《我们是第一书记》发布“为你翻越”海报特辑

本报讯 11月4日,由任杰导演的电影《我们是第一书记》发布西藏篇“为你翻越”版故事海报和特辑。影片用一个个真实故事生动地刻画了扶贫一线的“第一书记”们,展现他们用热血挥洒青春,用行动诠释奉献的动人事迹。该片拟定档于11月23日起全国上映。

《我们是第一书记》西藏篇讲述了旺青罗布书记带领当地村民养羊脱贫的故事。来自拉萨的旺青罗布书记,告别繁华都市,来到平均海拔高



加坚定了践行初心使命的历史责任,实现了电影党课受众人群全覆盖。针对农民群众有《一点就到家》、《我和我的家乡》、《建党伟业》等优秀影片,让广大人民群众在观影中感悟祖国日益强大,增强爱国之情;针对学生群体有《董存瑞》、《小兵张嘎》、《闪闪的红星》等经典革命影片,既充实了学生假期闲暇时间,又让他们在观影中接受了“四史”教育,深受学生和家长的欢迎。

龙江县在做好疫情防控常态化工作前提下,通过集中观影和自主观影相结合,实现了红色影片放映方式全覆盖。首先是县领导班子做表率带头观影。6月11日、10月25日,龙江县分别举行县委理论学习中心组2021年第四次学习会议暨庆祝中国共产党成立100周年观影主题党日活动、县委理论学习中心组2021年第九次学习会议暨抗美援朝纪念日观影主题党日活动。县四大班子领导及县直部门主要领导共计120余人集体观看了红色电影《悬崖之上》、《长津

湖》,极大地激发了各级党员领导干部的爱国主义热情,增强了大家干事创业的责任感和使命感。其次是各单位积极响应开展集中观影。龙江县14个乡镇,60余个党委(党组)积极响应县委宣传部号召,组织广大党员干部群众走进“人民院线”观看《扫黑决战》、《血战湘江》、《兴凯湖畔》、《长津湖》等优秀爱国主义题材影片。通过观影,更加坚定了永远听党话、跟党走的理想信念。最后是个人利用业余时间随时自主观影。广大干部群众利用业余时间,通过“爱奇艺”等视频软件观看优秀爱国题材影片,实现影片内容从被动接受到主动选择的创新模式,开展红色影片观后感交流活动,畅谈自己的爱国情怀,起到了红色课堂的教育作用。

龙江县观看红色优秀爱国主义题材电影活动开展以来,已放映影片836场,受教育人群达2万余人,红色电影已成为龙江县党史学习教育的有效载体。

(李艳霞 李福山)

“最受观众欢迎十大浙江出品影片”评选将从观众视角出发,由大众参与投票产生。评选活动选取党的十八大以来由浙江影视机构作为第一出品方的院线电影,综合艺术价值、CCTV6电影频道影片收视、市场票房认可、网络大数据四维,确定100部入围影片。入围作品题材丰富类型多样,既有得到华表奖、金鸡奖、百花奖认可的精品,又有主旋律大片和高票房影片,还有口碑突出的纪录片、文艺片佳作。

11月3日-11月15日期间,观众可扫描图片中二维码进入投票通道,选出十部最喜爱的作品,最终结果将在11月24日开幕的浙江青年电影周期间揭晓。(郝杰梅)

达4400米的喜马拉雅山北麓的尼辖乡宗措村任第一书记。严酷险峻的自然条件导致这里的村民一度因为贫困无法维持正常生活。面对这里的酷寒环境和部分村民的不信任,旺青罗布书记使出浑身解数、克服层层困难,带领村民兴办养殖合作社。仅仅用了两年多,这个被大自然冷落的村庄就在脱贫攻坚的时代号角中彻底苏醒了,宗措村如期脱贫。旺青罗布书记用实际行动,给国家和村民交出了自己的答卷。电影通过旺青罗

布书记的故事,折射出新时代青年勇于担当的青春力量。“为你翻越”版海报中,第一书记旺青罗布与村民聚在一起,闲谈甚欢。每个人的脸上都笑容洋溢,呈现出一派其乐融融的祥和景象。在湛蓝色天空背景的衬托下,整个画面温馨且充满希望。海报中的那句“你在高原逐日,让太阳永远在前方燃亮”,寓意在第一书记的带领下,这里的村民将从此向“尼辖宗措”村名所寓意的那样,向着太阳生活。(郝杰梅)

(上接第1版)

深入湘地,看红色沃土开新花

研修班首先走访了岳麓书院、橘子洲头和第一师范,了解湖湘文化历史,体会屈贾之乡“十户之内,必有芳草”。在毛主席故里韶山,研修班庄重地向主席敬献花篮,前往中共韶山特别支部陈列馆,倾听“韶山五杰”的革命故事。

10月20日,研修班前往湘西州,实地走访“精准扶贫”首倡之地——十八洞村。学员们沿着总书记的足迹走访村社,深切感受习近平总书记提出的“实事求是、因地制宜、分类指导、精准扶贫”的重要指示精神。10月21日,研修班深入湖南省新农村建设示范村——蒲蒲塘村。2013年,总书记在这里调研时作出“依靠科技,开拓市场,做大做强水果产业,加快脱贫致富步伐”的重要指示。学员们与当地村支书记在这里调研时作出“依靠科技,开拓市场,做大做强水果产业,加快脱贫致富步伐”的重要指示。学员们与当地村支书记在当地做出的努力和成绩,以及当地人们昂扬的精神面貌。10月22日,研修班来到湘西州首府吉首市,在乾

州古城,学员们了解到这座具有4200年历史的古城民族英才辈出,其中率兵抗击八国联军、保卫大沽口、以身殉职的天津总兵罗荣光的故事引起了大家的创作关注。

座谈交流,以情入笔书湘情

在湘西州采风期间,研修班结合党史学习教育活动,与当地文联同志、地方志专家围绕“湘西永顺革命历史”这一主题举行了座谈交流。通过当地专家讲述永顺抗倭、抗战、剿匪的事迹,深入了解红军第二、六方面军参加长征的历史和故事,湘西土司彭家臣抗倭的英雄事迹等。学员们表示,湘西虽处湖南深处,但拥有浓厚的家国情怀和民族担当,很多人物和故事都是影视创作的绝佳素材。

10月23日,研修班在岳阳市召开了总结座谈会,湖南省委宣传部电影处处长欧阳文凤主持会议,潇湘电影集团副总经理欧阳视听视频连线参加会议。研修班学员与岳阳市委宣传部有关同志、当地创作人员代表就采风之行有感,和湖南如何打造现实主义影

视作品进行了热烈深入的讨论,并提出了具有可开发性的选题。潇湘电影集团介绍了近期的创作情况,《第一师范》、《长沙夜生活》、《堡垒》(原名《特别支部》)、《新芙蓉镇》等反映湖南革命、历史、现实的影片在陆续创作之中,力求在创作中打造出符合市场、主流、艺术的高质量影片。

会上,学员们表示湖南作为红色沃土,蕴藏着大量优秀的红色题材,电影创作需要与历史对话,既要有历史传承,也要服务当下,同时要与国际视野相结合,在电影事业蓬勃发展的今天,更要把握好创作机会,讲好中国故事。结合自身创作,学员顾保谈谈到:目前正在酝酿以湘港两地为背景,讲述“香港同胞的生命线”的《三趟快车》(暂命名)电影剧本创作,期待通过此次采风,为创作带来更多灵感。中宣部电影剧本规划策划中心副主任秦振贵在总结中说:希望学员们将采风中收获的创意转换为项目成果,座谈会不仅是对采风活动的总结与告别,也是全新创作旅程的新起点,希望有精品力作落户湖南。(中宣部电影剧本规划策划中心供稿)