

将作为第四届海南岛国际电影节 开幕影片与观众见面 《保你平安》发布“欢乐启程”预告



本报讯 12月9日,第四届海南岛国际电影节公布开幕影片为由大鹏执导的喜剧电影《保你平安》

安》。片方也发布了特别版海报,在满天烟花的衬托下,骑着摩托车的大鹏和王圣迪开怀大笑,喜悦之情洋溢。据悉,第四届海南岛国际电影节将于12月18日至25日举办,电影《保你平安》将于12月31日在全国上映。

近日,影片发布“欢乐启程”版预告及海报。《保你平安》是大鹏继《吉祥如意》后最新的导演作品,也是他继《缝纫机乐队》后时隔五年再度执导的喜剧作品。影片由苏彪、大鹏编剧,陈祉希担任总制片人,大鹏、李雪琴、尹正、王迅、王圣迪领衔主演,马丽特邀友情出演,宋茜特邀出演,贾冰、杨迪、潘斌龙、倪虹洁主演,乔杉、于洋、刘金山、曹炳琨、梁超友情客串。

影片讲述了一个谣言引发的故事,预告中,中年落魄的魏平安已过世的客户被人造谣,经由口口相传谣言满城皆知。魏平安为了这位萍水相逢的客户踏上辟谣之路,挨个寻找造谣者,一路上阻碍重重又笑料不断。

该片由上海儒意影视制作有限公司、上海他城影业、上海淘票票影视文化有限公司、天津猫眼微影文化传媒有限公司、人马文化传媒有限公司、浙江横店影业、中国电影股份有限公司出品。(影子)

雷乃和特吕弗作品即将在上海展映

本报讯 为纪念法国电影大师阿伦·雷乃(Alain Resnais)诞辰100周年,弗朗索瓦·特吕弗(François Truffaut)诞辰90周年,由上海市电影局指导,上海国际影视节中心主办的“雷乃和特吕弗:法国电影大师展”下周末正式开启。本次影展共放映两位大师的十部电影作品,将于12月17日-18日和12月24日-25日两个周末在上海进行。

1956年阿伦·雷乃拍摄了纪录短片《夜与雾》,1959年完成第一部长片《广岛之恋》,同年弗朗索瓦·特吕弗拍摄了自己的导演首作《四百击》,由此拉开了法国电影新浪潮的大幕。特吕弗后来成为了法国电影新浪潮运动的领军人物,他善于将自己的经历和电影结合,契合了他曾说过的“一个导演所有的电影,就是他一生的编年记”。而同被归为“新浪潮”的雷乃,实则与法国电影左岸派走得更近,他通过探求文学式的电影表现手法,并逐渐发展出其独树一帜的影像叙事风格。

2022年适逢两位大师同时周年,上海国际电影节在岁末特别策划了“雷乃和特吕弗:法国电影大师展”,通过放映两位导演的代表作,展现上世纪五十年代至七十年代法国电影的两种面貌。

本次影展将完整展映特吕弗的“安托万五部曲”,包括被誉为新浪潮运动“开山之作”的《四百击》,雷乃的作品则遴选了早期留名影史的短片《夜与雾》、第一、二部长片《广岛之恋》和《去年在马里昂巴德》,中期与法国知名演员让·保罗·贝尔蒙多合作的《斯塔维斯基》,以及晚期融合戏剧的代表作《你们见到的还不算什么》。值得一提的是,十部影



片中九部为全新数字修复版,其中,4K修复的影片达七部之多。

期待观众能够将此次影展作为了解两位导演和世界电影史的索引,以此进一步探索更多关于电影的认识,并且不断提醒自己,“你们什么还没有看到”。(影子)

张阿利著《中国西部电影论》出版



本报讯 由西北大学电影学院院长、二级教授、博士生导师、陕西省电影家协会主席、中国高校影视学会副会长张阿利教授撰写的专著《中国西部电影论》日前由生活·读书·新知三联书店出版,该书共计31万字。

该著作首次系统全面梳理了自中国西部电影概念诞生以来所引发的争论和理论研究的发展与完善过程,也从创作领域及产业方面分析了这一电影流派区别于其他电影类型的独特气质。作者将中国西部电影置于中国电影乃至华语电影发展的历史背景之中,探索其与中国传统文化的关系,所具有的美学特征与类型表征,其独特的景象与物象表述语言等。结合与中国西部电影相关的各代电影导演及华语电影导演的不同创作风格,归纳出参与中国西部电影创作的不同代际导演的艺术特征和追求,同时也特别关注华语电影导演的西部影像情结和电影语言表述方式。最后,结合“一带一路”倡议、中国电影学派建构的时代背景与学术语境,阐述了西部电影及丝绸之路题材电影的新探索及发展趋势。该著作具有重要的史学研究价值和理论意义,对其他具有民族特色的电影流派、电影类型的研究提供了重要学术借鉴,进一步丰富并完善了中国电影地缘空间美学研究的学术建构。

该著作得到了北京电影学院党委副书记、副院长、教育部“长江学者”特聘教授、国务院学位委员会戏剧与影视学科评议组召集人胡智锋,北京师范大学教授、教育部戏剧与影视学类教学指导委员会主任周星,中国艺术研究院研究员、中国高校影视学会会长丁亚平,中国电影评论学会会长、研究员饶曙光,北京大学教授、教育部“长江学者”特聘教授陈旭光等多位国内著名电影学者的评价。

(影子)

从《流浪地球》到《人生大事》 ——中国电影“出海”进行时

■文/龙增桃

12月1日,由朱一龙领衔主演的《峰爆》在德国上映。10月21日,《万里归途》登陆海外院线,在伦敦、纽约、奥克兰、曼彻斯特、伯明翰、洛杉矶、温哥华、悉尼、墨尔本9城上映。此前,国产院线新片《世间有她》、《人生大事》、《独行月球》也纷纷赴北美、澳洲等地区上映,其中《人生大事》吸引了粉丝从荷兰飞到洛杉矶三刷该片。

最近在海外发行的影片大多是国产院线热门新片,这些影片几乎实现了国内海外同步上映。例如由华人影业负责海外发行的《万里归途》与国内上映时间仅隔20天,由北美华狮负责发行的《世间有她》海外上映时间与国内相隔21天。

出海现状: 疫情前后各有特色

这一主要面向海外华人的同步发行的模式由北美华狮公司于2010年开创。2016年,华人文化控股集团旗下的华人影业开始了海外华语片发行业务,也是走同步发行、“普天同映”的模式。同年,华视网聚开始布局海外发行板块,逐步形成院线、电视、新媒体等多种渠道的发行和运营。其中同步发行的模式已经成为中国电影进入海外院线的主要模式,以上提到的影片基本遵循这一路径,院线影片上线流媒体则是国产电影出海的一个新动向。此外,还有专注中国电影在海外放映的非营利性机构,主要推动中国电影在非热门区域做少量发行,例如去年推动《1921》在英国发行的中英中电影合作研发中心。

华人影业自2019年起在全球范围内成功发行了《流浪地球》、《哪吒之魔童降世》、《刺杀小说家》、《长津湖》、《长津湖之水门桥》、《悬崖之上》、《万里归途》等共38部华语电影,涵盖剧情、动作、科幻、喜剧等多种类型。

其中最值得一提的是《流浪地球》,影片在美国、加拿大、澳洲、新西兰四地上映,不仅吸引了大量华人观众,还吸引了许多当地观众,在北美洛杉矶、纽约的部分场次,外国观众的比例甚至超过了50%。《流浪地球》出品方对海外市场非常重视,为加大在北美的曝光度,导演郭帆、制片人龚格尔、主演李光洁来到洛杉矶和纽约与观众见面,并组织了4次路演活动。《流浪地球》最终收获了北美票房597万美元,创造了近5年中国电影北美票房冠军的记录。

据华人文化集团公司副总裁、华人影业总裁应旭珺透露,疫情让全球电影市场都受到了猛烈的冲击,华语影片在海外市场的表现也受到了影响。以华人影业在2021年底发行的电影《梅艳芳》为例,该影片于北美、澳大利亚、新西兰、英国同步国内上映,是北美同期上映影片单片平均票房第一,最终在海外收获72万美元的票房,与2019年其他影片票房存在差距。

北美华狮总裁蒋燕鸣接受采访时,也谈及疫情对海外发行的冲击。“在美国疫情严重时,很多影院关门,不关门的影院上座率也限制在25%或50%。”但华狮想出了对策,例如在2020年10月发行《我和我的家乡》时,在旧金山湾区、洛杉矶、芝加哥的几家汽车影院进行特别放映,一来安全防护,二来贴合美国的汽车文化。

今年的国产院线热门影片《人生大事》由华狮负责海外发行,影片8月初在美国、加拿大、澳大利亚、新西兰29个城市55个影院上映。在纽约法拉盛的NYC Regal Tangram影院,《人生大事》因周末票房表现优异,延长加映3天。据蒋燕鸣介绍,这家影院晚开画一周,但效果很不错,上映首周末单片票房卖了1万多美元,主要得益于这家影院位于华人聚集区的繁华地带,这也从侧面体现出华人观众对中国电影海外市场的重要性。

华人观众对国产电影抱有很大的热情。据蒋燕鸣介绍,留学生中有《人生大事》主演朱一龙的粉丝,他们在加拿大、美国组织包场观影,还三刷、四刷《人生大事》。有一位留学生专门从荷兰飞到洛杉矶,当天刷了两场,后又去旧金山连刷两场。

院线热门影片之外,华狮还发行了受众群体比较小众的纪录片、文艺片。例如今年6月份在北美发行的《天工苏作》,是一部聚焦于苏州非物质文化遗产的纪录片,在纽约、旧金山、洛杉矶、温哥华和多伦多五大城市上映,一个月后澳洲、新西兰的几个城市也继续上映。2017年华狮还负责发行了《芳华》,在北美收获189万美元票房。这类走向海外的影片意不在产业,而在传播中国文化。

华视网聚在北美、澳洲地区发行影片之外,推动了中国电影进入中东、俄罗斯市场。今年9月29日,华视网聚负责的《拆弹

专家2》在俄罗斯的莫斯科、圣彼得堡、叶卡捷琳娜三大重点城市共上映了180多厅,并且为这部影片做了俄语配音版。

中英中电影合作研发中心作为非盈利性机构,主要负责策划在英国的中国电影放映活动,推动中国电影在英国的传播。在去年7月,中英中电影合作研发中心联合英国本地发行商Trinity CineAsia在英国发行了《1921》,并在阿联酋、格鲁吉亚进行了放映。中英中电影合作研发中心的负责人陈晓雯选择阿联酋的迪拜,是因为那里有超过30万的华人。据她介绍,在迪拜的首映礼,她还邀请了中国驻迪拜总领事李旭航作线上致辞,现场有超过400多位观众参加。最终《1921》在阿联酋的票房比英国还高,这是前无先例的现象。

出海迷思: 破除“观众”与“市场”的误区

由于文化上的亲近性,海外华人是电影出海的主要观众。据清华大学教授尹鸿介绍,目前中国电影出海目的地主要是北美、澳大利亚、新西兰这些华人聚集区较多的国家。有一种观点是,观众是海外华人,海外市场就是国内市场的“溢出”部分,并没有什么可称道的。詹庆生在论文《2003—2017年:中国电影海外商业发行》中指出,海外发行的外语片其观影人群往往都以本族裔为主体,不论是在北美占比最大的印度电影,还是韩国电影、墨西哥电影、西班牙电影等都是如此。

好莱坞电影能够超越种族和文化,走入全球市场,因为好莱坞从20世纪10年代诞生之初就确定了面向全球观众的市场定位,彼时,中国现存最早的电影《劳工之爱情》还未出现。据统计,到1925年时,好莱坞电影的海外收入平均已占到总收入的一半,逾百年的对海外市场的耕作,让其形成了一整套系统的“世界电影”的制作经验和完备的全球发行网络。

从目前这一阶段来看,国产电影发行主要依靠华人自办的发行公司走入海外市场。虽然不像合拍片或有好莱坞公司负责发行时出现的票房奇迹,诸如《妖猫传》、《卧虎藏龙》、《英雄》等,但从“借船出海”到自主出海本身就是中国电影的成长。十多年的自主出海,培育了观看中国电影的海外华人观众群体,未来通过本族裔带动其他族裔观众是一条可走的路径,“借船出海”也可作为另一条路径并行。

另外,蒋燕鸣说目前媒体报道的“中国电影海外票房惨败”论并不属实,意大利电影、法国电影、西班牙电影在北美票房卖出几百万美元的情况比比皆是。就北美市场而言,单纯从票房数字评估中国电影的市场表现并不正确,要看影片的票房与上映的屏幕数是否匹配,看每块屏幕能否盈利才是关键。中国电影出海也不仅仅只有经济意义,还有文化意义,而中国文化向外传播显然不可短时间达成,需要更长时间的耕作。

出海策略: 制作和发行齐力

为让中国电影出海更上一步台阶,发行公司和专家就制作和发行这两个方面提出了意见和建议。

制作端上,主要涉及供给类型和创作思维两方面。供给类型方面,华视网聚介绍,从中国影片在海外市场的现状来说,动作片、功夫片、古装片等强类型片仍然有需求,尤其是香港动作片、枪战片有固定的受众,海外院线通常会给予不错的排片。但近些年并没有出现这些类型的爆款影片。

尹鸿认为,之前在海外比较受欢迎的是武侠类型,近些年来都是国内有好评或票房比较高的电影。他建议,想在海外发行的国产电影应该做好品牌,例如让带有中国风格的动画电影系列化、品牌化,成为像漫威、DC一样的全球知名品牌,就能培养起一批稳定的观众。

创作思维上,从制作初始阶段就应考虑作品的海外观众接受度。据蒋燕鸣介绍,目前国产电影大部分出品方首先把眼光放在中国市场,对于未来国外的发行推广等未做过多考虑。好莱坞电影为了让电影打入国际市场,创作思维上就定位于全球观众,在演员和导演等主创人员的选择上注重国际化;更多地在美国之外的地方取景;把影片类型集中在以营造大场面、追求视觉奇观而又最少文化接受障碍的动作片、科幻片、灾难片等少数片种,彭侃在论文《好莱坞电影的海外推广机制研究》中总结道。这些方面都是中国电影出海可以学习的方向。

发行端上,物料、语言翻译问题需要改

善。目前国产电影出品方对海外发行未给予应有的重视,导致宣发物料不完善,例如字幕翻译不专业带来的观影障碍;缺少本土语言配音,不符合外国人不看字幕的观影习惯等。物料、语言这两方面的问题需要制片方和发行方合力攻克,因为外语配音对中国发行公司来说成本高昂。

发行上另一个重要的问题是如何获得更有成效的海外发行,让中国影片具备在海外市场的号召力。尹鸿认为,目前需要“借船出海”、“借力发力”,才能够慢慢获得市场的话语权和品牌的影响力,将来可以更独立自主地做自己的发行。他用《英雄》和《卧虎藏龙》的海外成功来说明这一点,这两部影片都是美国发行公司负责发行,《英雄》是由索尼经典负责发行,《卧虎藏龙》跟来拉麦克斯影业公司合作,都收效甚佳。“借船出海”不仅指发行方面,也可以是制作上合作,近些年海外票房最好的绝大部分还是合拍片,例如中美合拍的《功夫梦》,以及中、美、英三国合拍的《我们诞生在中国》。

但怎么让国际上主流的电影公司关注到中国影片并达成合作呢?在第一届中国国际电影节(简称“北影节”)上,包括二十世纪福克斯、韩国CJ娱乐等至少100国际电影公司或机构来北京洽谈合作,有150位国际电影节商选购了62部中国国产影片。第二届“北影节”上,美国迪士尼电影公司、美国二十世纪福克斯、日本东宝株式会社、法国高蒙电影公司等国际知名电影公司,以及《阿凡达》导演詹姆斯·卡梅隆来京参加论坛,一起探讨中外电影合作之路。搭建像这样的平台,给予国内外电影公司坐在一起商谈电影项目的机会,是推动中国电影“借船出海”的路径之一,尹鸿这样建议。

相比于大规模进入海外商业院线的发行方式,中英中电影合作研发中心选择了一种更多样化、更地方化的点映、放映模式。例如该中心最近与德蒙福特大学孔子学院合作策划的莱斯特中国电影节在11月14日至20日举办,策划了《英雄》20周年特别放映以及两场中外合拍片首映放映等活动,这种展映方式是对主流发行方式的一种补充。

对于中英中电影合作研发中心这类机构,陈晓雯指出现在推广、传播和国际合作项目孵化等工作所面临的问题出现在制作端上。关注中国电影的英国观众一般具有消费潜力、艺术品位高,期待像《寄生虫》这样的艺术性和娱乐性兼具的影片。从陈晓雯的观察来看,英国观众看中国电影仍然带有很强的西方视野,想从电影看到一种奇观式的中国电影形象,她希望能够破除这种想象,推广展现当代中国样态、艺术价值高的中国电影,同时又能满足英国观众消费需求,这是适合中国电影走出去的一类电影,但目前仍比较缺乏。

出海新动向: 流媒体发行

《人生大事》登陆国外院线后,上线了国外著名流媒体平台Netflix。近些年流媒体平台迅猛发展,中国电影通过上线国外流媒体的形式出海也成为一种趋势。

推动中国电影上线海外流媒体的华视网聚认为,流媒体平台生命力很大。一是不受空间限制,不像影院受到屏幕数的限制,只有个别头部内容能够挤上海外的屏幕,流媒体上各类题材、各种体量的影片都能存在。二是不受时间限制,除了新片,很多经典影片也能上线,得到很好的发行量。综合来说,互联网的整体盈利更大,全球的流媒体发展优势更明显。目前,华视网聚主要和Youtube以及各个国家本土流媒体平台合作。

但是中国影片和其他国家影片相比,还有两个方面值得改进。一是字幕和语言问题,跟上文提到的院线电影一样,字幕和配音对国外流媒体观众也非常重要。二是盗版问题,现在国内上映的影片很快就有清晰的盗版流出,所以中国的内容在海外很难做成分费观看或者会员观看的模式。针对这一问题,不仅需要版权方维权,更需要出台治理海外盗版的政策。华视网聚这样分析。

中国电影出海从凭借国外电影发行公司有自主的电影发行公司,从商业院线发行到包括非营利机构放映的多样化发行放映,从院线发行到包括上线流媒体在内的多渠道发行,都是中国电影出海历程中的一次次进步。但是中国电影真正走出去,与好莱坞抗衡,中国文化真正传播到世界各地都非一日之功,需要中国的各个电影公司和电影人长期努力,并探索出一条弥补短板、合作共赢的有效路径。