

中宣部电影局常务副局长毛羽： 不负时代、不负人民 在建设文化强国的历史进程中铸就 中国电影的新辉煌



今年七月,党的二十届三中全会胜利召开。全会高度重视文化在现代化全局中的重要作用,要求我们自觉肩负起新的文化使命,致力于中华民族现代文明建设,为电影领域改革发展指明了前进方向,电影行业要认真贯彻落实。今年也是习近平总书记主持召开文艺工作座谈会并发表重要讲话十周年。十年来,中国电影在习近平总书记和党中央念兹在兹的关心下,改革中成长、竞争中壮大,在电影发展史上书写了浓墨重彩的一笔。为了总结好落实总书记在文艺工作座谈会上重要讲话的实践经验,推动中国电影从“高原”向“高峰”攀登,经部领导批准,我们再次召开“中国电影新力量论坛”,邀请大家一同总结经验、分析问题、畅谈见解、谋划未来。本次论坛的主题是:传承·创新·笃行——电影和观众在一起。希望以此紧扣深化改革、推进电影高质量发展的时代要求,探讨中国电影人,尤其是中国电影的青年力量,如何在全面深化改革的浪潮中,守正创新、奋力开拓,为建设电影强国添砖加瓦。

今年以来,电影界砥砺前行,推动元旦档、春节档、清明档、五一档创造新的票房纪录。但是,我们深知中国电影与广大观众的需求还有很大距离,我们要看到潜在的危机。进入暑期档以来,尽管有百部左右的影片进入市场,但市场的表现给我们敲响警钟,与去年同期相比,观众人次、票房均下降22%,凸显出中国电影的深层次、结构性问题。可以说,危机已经到来,改变迫在眉睫。

我们要知道,中国电影的产品供给仍然不足,优质内容稀缺,高品质、多样化尤其是代表电影工业、科技水平的大制作还很少,还不能满足观众的需求;我们要知道,中国电影的创作人才严重匮乏,相对于14亿人口的大国,有影响力的编剧、导演、制片人屈指可数,与作为内容产业高端的电影严重不符;我们要知道,中国电影的企业还很弱小,拥有完整产业链、专业分工细致、发行网络健全、雄厚资金支持、抗风险能力和文化影响力强大的电影企业还在成长的路上;我们要知道,中国电影的市场体系亟待完善,中小成本投资的多样化影片还不知道如何找到各自的观众,大多数的影院习惯于等米下锅,还不知道如何走出影院去主动服务、经营周围的观众,分线发行精准施策还在观望中。同时,整个行业还过度依赖票房收入;我们要知道,中国电影的观影人次还在减少,年轻观众疏远影院的问题没有得到有效改变。电影行业一定要清醒地意识到:今天的电影竞争不是电影企业之间的竞争,而是要相互鼓励、相互团结和短视频、网络游戏、网络直播、竖屏剧、虚拟现实文旅体验等多种多样的娱乐形式竞争,是如何在人们享受旅游山水之乐、享受宵夜朋友之欢时还能惦记着电影之美;我们也要知道,中国电影的发展环境日趋复杂,网络舆论对电影的影响加剧,人人都是自媒体的时代,一千个观众就有一千个哈姆雷特的现象愈加明显,电影评论情绪化表达更加犀利尖锐,更需要我们拍出的电影经得起万千目光的审视,更需要我们尊重观众的心声,更需要我们冷静、理性、平等

地看待观众的感受。

面对这些不断交织的新老问题,我们应该怎么办?正因为没有现成答案,我们举办新力量论坛,就是希望通过彼此交流碰撞的火花,为电影的未来寻找到更多光明的灯塔,以创新的姿态激发更多前行的活力!

首先,我们需要好看的电影

好看的电影需要好故事。好故事是我们面对人生难题和疑问时,理解世界、探索自我、获取情感共鸣、找到希望与勇气的精神慰藉。故事伴随着人类从篝火旁的讲述来到了今天最前沿的虚拟现实电影的真切体验,是须臾不可缺少的精神食粮,是主导世界的文化力量。到现在为止,我们的电影院与去年相比,少了2亿观众。我相信并不是他们不爱电影了,一定是我们的电影没有给予他们故事意义上的满足。我们有世界上最专业、最宽容的观众,中国电影的点滴进步,他们都用票房加以鼓励、加以投票!他们是中国电影的“自来水”!如果他们不爱电影,为什么今年还有《热辣滚烫》《飞驰人生2》《抓娃娃》《第二十条》《熊出没10》那么好的票房!如果他们爱之不深、爱之不切,为什么微博上、抖音上电影的热搜一个接一个!归根到底,还是我们缺少了好看的电影!所以,我们希望中国电影新力量回到电影的本源,从故事入手,发现更多值得讲述并且观众也愿意观看的好故事,努力掌握好用电影讲故事的手艺和技巧,并真诚地在故事里注入一种对人生根本价值的认识。我们欣慰地看到中国电影票房排行榜上名列前茅的中国电影,恰恰是故事讲得好、主流价值观与商业类型运作结合成功的电影!这理应成为中国电影新力量努力的方向!

第二,我们需要创作创新

电影本身就是创新的产物,一百多年来随着技术的更新换代,电影在形式和语言上都不断地跟上时代的步伐。当前,人工智能的时代已经到来,AI在电影领域内容创作、虚拟拍摄、视效后期等方面的作用已经初现,而且,沉浸式、交互式体验的虚拟现实电影,也因为此类游戏的拓展,其技术已从媒介走到了可以艺术表现的关口,这都为电影的新形态、电影与年轻一代观众的紧密联系奠定了基础。我们高兴地看到,《异人之下》首次采用了AI真人摹片动画技术,极具风格化地在最大银幕上呈现出“真人动画”的独特视觉效果,为未来国产真人电影和动画之间的相互借鉴、相互融合带来新的灵感;我们高兴地看到,陈思诚团队摒弃业已熟悉的舒适圈,通过《解密》对电影语言、类型叙事、影像风格、制作水准等方面都做了工业化的继续探索,这种为了梦想的冒险,需要勇气、诚意,也需要担当和自信!我们也高兴地看到,更年轻的团队如李阳的《从21世纪安全撤离》,其独特的叙事逻辑与时空转换,画面构图与色彩运用,受年轻观众喜欢的软科幻和二次元,以及恣意发散的想象力,让观众耳目一新,看到了电影新的可能性。我们希望中国电影新力量用你们天生的优势,满怀信心、大胆想象、积极进取、拿来即用、推动创作创新,努力适应与满足新一代电影观众的需求。

第三,我们需要产业变革

中国电影从本世纪初年票房不到10亿走到今天,靠的是电影人不服输的改革精神,把“电影是夕阳产业”这顶帽子甩到了太平洋。全行业要走出今天的困境,再一次获得赞许与尊敬,仍然需要向改革要动力、向开放要活力,仍然需要产业链的每一个环节,丢掉怨天尤人的“等靠要”思维模式,靠自己的进取去改变。吃不好饭时的改革,动力是强劲的;居安

思危时的创新,难免会有惰性。我们希望中国电影新力量,希望电影所有的从业者,为了自己也为了行业的明天,要更加积极面对电影的变革,用现代化、工业化、科技化的理念,系统重构电影创作流程,细化制作门类分工,推动专业团队协作、运用现代管理理念统筹全链条电影生产、提升项目质量和制作效率;用更符合市场规律的理念,改变不适应电影产业发展的市场弊端,通过分线发行激发制片、发行和放映各方自主经营活力,让影片找到适合的影院,让影院去寻找志趣一致的观众,让多样化的内容各得其所,彻底摆脱市场影片“大锅饭”发行、“温水煮青蛙”的状态;用更加前卫、开放的理念,去探索打破了“第四堵墙”观看方式后虚拟现实电影的艺术表现形式,更加主动地将虚拟现实电影从文旅体验向电影转化;用“跟着电影去旅行”的理念,将电影的拍摄景观所引发的观众向往迅速转化为像迪士尼、环球乐园及横店片场、车城黄河路一样的人潮涌动,从而扩展产业链的效益。

第四,我们需要世界眼光

中国拍电影有得天独厚的优势,我们有悠久深远的文化遗产,有取之不尽用之不竭的故事素材;我们有让世界观众羡慕不已的市场:14亿观众、14000家影院、88000块银幕,这些都是诞生伟大作品的摇篮。疫情之后,我们与外国电影人开展了广泛而深入的交流,深切地感受到世界各国电影院影片供给不足,对优质内容的渴望。我们希望中国电影新力量,你们有成长于经济全球化、世界一体化高速发展期的天然优势,能够更好地跨越语言、文化的障碍,在创作上能够更好地学习借鉴世界各国创造的优秀文化成果,然后反哺滋养自己的创作,再去融入世界,把好的中国故事传递到更遥远的地方,让更多的国外观众感受到中国文化这份独有的情怀与魅力。

第五,我们需要共担使命

今年的暑期档就要落下帷幕,三个月的时间里,我们有期待、有喜悦,也有失落和泪水,让我们看到了不足。新力量论坛不仅仅是年轻的主创登上舞台挥斥方遒的论坛,更是电影行业积蓄力量共谋发展的论坛。我们很高兴地请到了大的制片公司,我们希望你们更好地承担起中国电影产业发展的责任,承担起培养新人、使用新人的责任,给予他们更多的机会施展才华、创造惊喜,走好职业生涯的第一步。借此机会,感谢中影、上影、西影、光线、儒意、猫眼、阿里、联瑞、横店等公司在青年创作人才培养上制定的务实计划;感谢坏猴子、七印象、壹同、梦将等新锐公司已经组建起了较为成熟的人才发掘培养体系;感谢导演协会青葱计划、感谢金鸡节、上影节、北影节、平遥影展、FIRST影展等创投致力于发现与培养年轻影人;感谢横店、广州为中小成本电影交易搭建平台。最重要的,我们希望新的人才能够快速进入大制片公司体系,在完成了自己的作者电影之后,尽快转型到与更广大观众在一起的电影创作中,从时代之变、中国之进、人民之呼中汲取灵感、提炼主题、萃取题材,通过深入生活和观察时代,挖掘社会现实中的热点话题、矛盾冲突和人性光辉,从小我走向大我,书写更为壮美的中国故事。

中国电影新力量已经走过了十年的历程。十年间,我们欣喜地看到新力量们茁壮成长,成为中国电影的中坚力量。今天,中国电影又一次站到了新的历史起点上。面对困难与挑战,面对机遇与希望,我们有理由相信,中国电影新力量一定能够朝气蓬勃的青春激情化为改革创新澎湃动能,不负时代、不负人民,在建设文化强国的历史进程中铸就中国电影的新辉煌!

(摘自第七届中国电影新力量论坛主旨发言)

◎ 马浴柯(《重生》导演):用故事与观众对话



《怒潮》和《重生》是我个人的执导尝试,这不仅是对我的演艺生涯的延续,更是对自己创作能力的一次挑战。在这两部类型电影中,我试图探索不同的叙事方式,不只是刻画犯罪,更要提炼出打击犯罪的勇气和决心,同时也尝试融入更多的情感元素,探讨更加深刻的社会话题,将观众带入一个全新的视听体验。

作为一名电影人,我始终认为,电影的力量不仅仅在于娱乐,更在于它能够与观众产生共鸣,能够引发思考和感动。电影的本质,是讲

述一个故事,是与观众心灵的对话。因此,我在每一部作品中,都尽力将自己的人生体验和感悟融入其中,让观众在观影过程中,能够感受到真实的情感和思考。

电影和观众在一起,不仅仅是一种互动,更是一种共同创造的过程。观众的反馈和期待,推动着我们不断前行,激励着我们去创作出更加优秀的作品。未来,我希望能继续在电影的道路上,探索更多的可能性,不断创新,与观众一起,去创作更多美好的电影时刻。

◎ 陈健喜&李佳锴(《白蛇:浮生》导演):在与时代共鸣中体现中国动画电影的美丽



陈健喜:《白蛇》系列能走到“三部曲”很难得,离不开观众的喜爱,也离不开我们创作的角色。《白蛇:浮生》创作五年来,我们为观众体现了勇敢、智慧又美丽的小白与小青的形象,他们与传统文化的结合符合时代潮流,也贴合现在年轻人的



审美,这些动画形象是动画创作者从无到有创作出来的,他们不会变老,永远年轻,永远焕发着生命力。《白蛇》创作五年来,我们为观众体现了勇敢、智慧又美丽的小白与小青的形象,他们与传统文化的结合符合时代潮流,也贴合现在年轻人的

我们作为创作者要明白这些对于动画传播的重要性。

李佳锴:在《白蛇:浮生》中,我们在正传故事的基础上增加了宋代的市井文化和生活细节,符合当下价值观的感受,为传统的“白蛇”正传故事注入活力,在很多细节的推敲上进行了一些新尝试,这是动画本身在发展的证明。随着这几年《白蛇》系列和《长安三万里》的相继热卖,观众到影院观看动画片时会有更多选择,甚至会有更多新的类型等待被创造出来,动画不仅可以是神话传说、奇幻冒险也可以是历史故事、现实生活,作为创作者我们要把握好机遇,潜心创作,吸引更多观众走进影院,在与时代共鸣中体现中国动画电影的美丽,让更多中国电影走向世界,成为全球观众喜爱的作品。

◎ 张嘉佳(《云边有个小卖部》导演):创造属于年轻观众的新类型



我是作家,当我作品出版的时候,我会考虑这本书的收藏价值是

什么,不然对于读者来讲,网络上看看我的小说就行了。而电影和书最大的不同在于电影有仪式感和社交属性,让人走进电影院有理由,不管网络怎么发达,大家看电影的第一选择还是电影院,在这一点上电影有大家努力的理由和空间。

《云边有个小卖部》有不足的地方,评价基本上两极分化,这个在我个人的预料之内,但我觉得它的成功之处之一,是让00后走进了电影院。影片上映两天的时候,我看到有专家说:“《云边有个小卖部》违背了创作规律。”但不违背那些经验的话,没办法还原小说里面

那么多的人物线。

上映后,一些同行包括我们发行方去看这部电影的时候说,没有见过这样的中国电影,没有见过这种类型,也不知道宣发上使用什么样的方针做宣传,到今天取得了大家都还能接受的市场成绩,我觉得它可能就是一种新的类型吧。

电影有旺盛的生命力,每种类型都能对接一批受众,其实我们在做类型电影、类型小说的时候,首先要分清受众是谁,你在为谁服务,至于类型电影面临的问题,不是以往类型的提高,而是面对新时代、新观众,如何创造属于他们的新类型。

◎ 柯汶利(《默杀》导演):观众永远是电影的灵魂



我认为内容是电影的核心。观众来看悬疑犯罪片,期待的是一个层层反转、引人入胜的故事。《默

杀》中的人物是一幅众生相,每个角色从各自角度阐释着“沉默杀人”这一主题。创作中无论是角色设定,还是灯光、音乐、音效,都要为这一核心主题服务。创作中,我常常问自己“为什么”:为什么选择这个场景?为什么设计这个镜头?为什么让角色说这句话?通过这样不断追问和梳理因果关系,我希望我的作品能更加真实、有说服力,进而打动观众。

《默杀》引入了校园霸凌这一话题,这其实是我学生时代的亲身经历。长大后我把这个话题加入到了我的电影故事中,希望通过这部影片,让更多人认识到这些行为的错误。同时呼吁更多人,在别人

需要帮助时伸出援手,不再沉默。从最终的效果来看,结合这样的社会议题确实增强了“沉默杀人”主题的表达力度。《默杀》能够取得一些成绩,很大程度上是因为观众内心对正义感的共鸣。

电影市场如同一场永不落幕的电影,每一位观众都是主角。对于我来说,观众永远是电影的灵魂。每次看到观众在影院中投入、感动,我都深感荣幸,也更加坚定了继续拍好电影的信念。我会继续从观众的视角出发,不论是在创作,还是宣发阶段,拥抱不同的声音,面对观众的多元表达,更耐心,更虚心地思考与吸纳,并运用到未来的创作中。

◎ 刘博文(《来福大酒店》导演):电影是给观众的一束光



在剧本创作前,我们走访了北京、黑龙江等地的病友旅馆,向旅馆老板了解“病友之家”运营模式,住进病友旅馆观察病患和家属的互动,走访医院医生了解病患就医细节,收集到了大量真实、生动的素材,片中鲜活的患者群像,其中不少都有原型。

他们在这个旅馆里面发生的生命故事、旅程,对我来讲是一个生命的小旅馆。无论是年轻的创作者,还是过往的前辈,给我的经验是一定要从中取材,找到有意思的

故事切口。通过《来福大酒店》,我认识到虽然我们很年轻,但是依然可以去碰撞有意思的、有一定厚度的题材,去不断关注现实生活中发生的点点滴滴。

作为导演,我们肩上承担着责任。我特别喜欢一句话,说导演是一颗糖,电影是给观众的一束光。我觉得让观众走出电影院,感受到力量和温暖,是我们电影人应该要做的,所以我会继续去做有能量的、能够给大家带来光的电影。(下转第3版)