

推动电影高质量发展 丰富人民精神生活——“新征程上的奋斗者”中外记者见面会实录

■ 文/本报记者 赵 丽 李霆钧

用镜头记录时代反映时代,以视效技术推动行业发展,把中国故事讲到国际舞台……他们,奋战在电影行业一线,为推动电影高质量发展和电影强国建设贡献自己的力量。

国务院新闻办公室8月7日在京举行的“新征程上的奋斗者”中外记者见面会上,五名电影行业从业者代表围绕“推动电影高质量发展 丰富人民精神生活”主题进行交流分享,他们以亲身经历讲述中国电影的发展历程,探讨行业面临的机遇与挑战,展望未来发展方向,展现了中国电影人守正创新、锐意进取的精神风貌。

不忘初心,与光影同行

见面会上,五位电影人首先分享了各自与电影结缘的故事,字里行间饱含着对电影事业的热爱与执着。

贵阳越界影城董事长兼总经理陈开放与电影行业的缘分始于大学毕业后,至今已深耕15年。从创业初期投资仅有三个影厅的小影院,到如今打造出全国票房第一的影城,他见证了中国电影从低谷走向繁荣的全过程。今年春节期间,越界影城因爆火受到广泛关注,这背后是他始终坚守的创业初心。“能从事自己热爱的事业,我深感庆幸,也坚信中国电影的明天会更加美好。”陈开放的话语朴实而坚定。

上海电影(集团)有限公司董事长王隽与电影的缘分始于1993年,当时还是大学生志愿者的她参与了第一届上海国际电影节。毕业后进入上海电影制片厂,在吴贻弓、朱永德、黄蜀芹等老一辈电影艺术家的指导下,她从《红河谷》摄制组起步,此后参与组织、策划和协调了连续12届上海国际电影节。

“看着上影的故事片、上美影的动画片和上译厂的译制片长大,能在承载中国电影光荣传统和历史的地方工作,我无比自豪。”王隽介绍,上影最新上映的动画喜剧《流浪山小妖怪》,通过小猪妖组建草根取经团的故事,为当代成年人献上一则充满力量的寓言。截至8月11日,该片累计票房已超过6亿元。

导演申奥专注于社会题材发掘,擅长以现实主义手法进行创作。他认为,电影不仅是娱乐产品,更是传播社会价值、传递正能量的重要载体。2023年上映的《孤注一掷》聚焦电信网络诈骗现象,为创作这部作品,他采访了大量受害者和民警,研读众多卷宗,影片上映后引发强烈社会反响,让更多人深入了解诈骗细节,避免遭受侵害。今年7月25日上映,已取得超22亿票房的《南京照相馆》,以1937年南京大屠杀为背景,讲述普通市民冒险揭露侵略者罪证的故事,旨在让观众铭记历史、珍爱和平。“用电影记录时代、传递力量,是我作为导演的责任。”申奥说。

追光动画文化传播(北京)有限公司制片人、动画师宋依依2014年毕业后便加入追光动画,11年间从制片协调成长为制片人。她参与制作的《长安三万里》《聊斋:兰若寺》等作品广受好评,正在制作的《三国第一部:争洛阳》预计明年暑期上映。宋依依介绍,追光动画始终秉持“中国团队为中国观众讲述中国故事”的理念,已推出10部动画电影,形成“新传说”“新神话”“新文化”三大系列,2026年将扩展至一年两部,并推出三国、水浒新系列。“我们立志做出世界一流的动画电影,让中国故事打动更多人。”

墨境天合无锡数字图像科技有限公司联合创始人、视效总监魏明从事视效创作20年,亲历中国视效行业从起步到成熟的全过程。2007年,他与朋友从广告视效创业,在生存与理想间坚守电影梦想。2012年,为《黄金大劫案》制作视效,实现电影梦;2017年的《悟空传》证明中国团队能完成大制作;2019年的《流浪地球》成为行业转折点,让中国视效行业站上世界舞台。“视效既要讲述故事,也要传递情感,我们用计算机图形图像学,为观众创造大银幕上的震撼。”魏明说,每一个项目都凝聚着团队的热情与努力,只为呈现真实而震撼的影像。

在竞争中彰显电影独特价值

在信息传播方式日益多元的当下,短视频、微短剧等碎片化内容的兴起,对电影行业带来新的挑战。面对这一问题,五位代表结合各自领域,阐述了电影如何坚守特色、发挥优势。



陈开放



王隽



申奥



宋依依



魏明

申奥认为,电影历经百年发展,在多轮冲击中始终保持活力,源于其独特的技术与叙事优势。“电影篇幅较长,能构建完整故事、塑造丰富复杂的人物、表达深刻主题。”他指出,相较于短剧和短视频的轻量化、不受场景限制,电影的大银幕沉浸感、强烈视听冲击以及不可替代的社交属性,是其核心竞争力。

“观众看完电影后与亲友讨论剧情、

交流感悟的过程,是其他媒介难以复制的。”他表示,电影人应努力拓宽受众圈层,吸引更多人走进影院,引发深度思考。

王隽表示,中国电影120年的发展史,就是一部不断迎接挑战、发展壮大的历史。尽管生活、娱乐、传播环境发生深刻变化,但观众对电影的热爱从未改变,欣赏好电影是人民追求美好生活的精神

刚需。她认为,影院“黑匣子”空间带来的独特社交属性和沉浸体验感,让电影具备强劲竞争力。

“只要坚守匠心,在内容创作上下苦功,探索新题材、拓展表现形式,反映时代变迁、弘扬真善美,就能赢得观众的持续喜爱。”王隽强调,上影将始终坚守正确政治方向、承担社会责任,保持推动电影高质量发展的信心和推出优秀作品的目标。

从影院经营者角度,陈开放认为,面对短视频的浅层刺激和碎片化体验,影院应做好三方面工作:一是强化核心竞争力,通过技术升级凸显大银幕声画优势,提升沉浸式观影体验;二是放大社交属性,影院观影是具有仪式感的社交活动,可通过丰富活动、营造氛围,吸引观众为仪式感走进影院;三是发展“票根经济”,推动电影与文旅、美食、体育等产业融合,满足观众多元化需求,促进产业协同发展。

宋依依提出,电影持续发展的关键在于增强可看性,从新鲜选题、完整故事、深入情感、丰富细节、视觉表现等方面吸引观众。“《哪吒之魔童闹海》票房达154亿、观影人次3亿,正是其必看性的体现。她认为,观众走进影院,追求的是与线上生活不同的线下仪式感和社交体验,我们要为观众呈现视觉盛宴,让电影感动人、激励人、引发思考,这是我们的努力方向。”

魏明从视效角度分析,电影的魅力在于沉浸式体验和极致视觉效果,观众在影院能完整感受演员情绪、故事核心、奇幻世界。为《流浪地球2》制作时,团队升级了所有数字资产,灯光系统和流程管理系统,将地球发动机灯光从5000盏增至几十万盏,数字资产量从几千万面提升至几亿千面,只为呈现更震撼、真实的世界。

“在《解密》中,我们与主创反复讨论,努力让观众置身梦幻世界。这就是电影与短视频、微短剧的最大区别。”魏明表示,未来将持续投入技术与热情,打造更优质的电影视效。

AI正成为影视行业的有力助手

随着人工智能技术的快速发展,AI在电影行业的应用成为热点话题。代表们结合实际工作,分享了对AI赋能电影的看法与实践。

宋依依认为,动画电影与AI具有天然契合度,AI的核心价值体现在提升效率、降低成本、拓展叙事可能性等方面。“比如缩短特效师制作周期,减少重复劳动。”但她强调,电影的核心是情感共鸣、艺术表达和人文思考,这些仍依赖人类创作者的领导与判断。“AI不能代替人类思考,但可能成为创作伙伴,与导演、编剧等协作,推动电影从标准化生产走向个性化创作。”因此,电影人应加强对人文历史、社会生活的研究,挖掘打动人心的故事,结合艺术与技术,为观众提供更好的大银幕体验。

魏明表示,AI是快速发展的新技术和手段,但其应用始终需要人的控制,输入情感、审美和体验。2022年筹备《流浪地球2》时,团队已开始接触AI,并用其制作了部分视效镜头。

“视效行业需要艺术与技术高度融合,对前沿技术的探索从未停止。”魏明介绍,目前,其团队成立的人工智能部门主要承担三项任务:更新扩充对AI认知边界,让AI更好服务电影生产;通过AI技术为创作提供更多可能性;将AI拆解应用于电影工业化生产流程,如在制片系统中融入文生图、图生视频功能,助力流水线工作。在《刺杀小说家2》中,AI技术被大量应用,不仅辅助画面制作,还通过整理分析数据,帮助艺术家理解叙事结构和人物关系,同时应用于底层资产管理、制片任务下发与跟踪,提升工作

◎ 链接

上海电影(集团)有限公司董事长王隽:

电影的国际传播力和影响力是衡量电影强国的重要标志,要用世界听得懂的语言讲好中国故事。我们正加大影视作品“出海”力度,拓展海外市场、渠道和资源,让更多优秀作品走向更广阔的舞台。

贵阳越界影城董事长兼总经理陈开放:

电影不仅是文化产品,还能成为连接地方特色与外界的纽带,助力文化传播。面对短视频的浅层刺激和碎片化体验,影院应做好三方面工作:一是强化核心竞争力,二是放大社交属性,三是发展“票根经济”。

墨境天合无锡数字图像科技有限公司联合创始人、视效总监魏明:

视效行业需要艺术与技术高度融合,对前沿技术的探索从未停止。AI是影视行业快速发展的新技术和手段,但其应用始终需要人的控制,输入情感、审美和体验。

追光动画文化传播(北京)有限公司制片人、动画师宋依依:

AI不能代替人类思考,但可能成为创作伙伴,与导演、编剧等协作,推动电影从标准化生产走向个性化创作。电影人应加强对人文历史、社会生活的研究,挖掘打动人心的故事。

导演申奥:

电影历经百年发展,在多轮冲击中始终保持活力,源于其独特的技术与叙事优势。相较于短剧和短视频的轻量化、不受场景限制,电影的大银幕沉浸感、强烈视听冲击以及不可替代的社交属性,是其核心竞争力。

效率。他认为:“AI正成为影视行业的有力助手,未来我们会深入探索,让其更好服务创作者。”

王隽表示,电影是艺术与技术结合的产物,上影积极拥抱AI时代,重点推进三方面工作:一是推动产学研合作,在影视制片平台工具、数字版权保护、前沿放映系统核心技术等方面持续发力,去年6月在松江车墩建立的上海科技影都AI创制生态中心,为科技赋能影视制作奠定基础;二是下好应用电影科技的先手棋,瞄准未来影片、片场、放映和文娱领域,强化AI赋能,首创“算力池+应用场景”“基地+基金”的创制与合作模式,将AI应用于电影全产业链,从剧本创作到宣传推广;三是构建基于数据驱动和智能决策的影院数字化中枢,以虚拟互动体验为抓手,通过MLED屏幕、裸眼3D等技术,优化影院空间形态和娱乐方式,满足观众互动需求。

扬帆出海,提升中国电影国际影响力

近年来,越来越多的中国电影尝试出海,如何提高国际影响力成为行业关注的焦点。

王隽认为,电影的国际传播力和影响力是衡量电影强国的重要标志。中华文化博大精深,上影旗下的上海美术电影制片厂创立的中国动画学派享誉世界,老一辈动画师创作的经典IP深受国际观众喜爱。如今,中生代和新生代动画师传承创新,正努力打造新经典,持续出海。“无论是《大闹天宫》还是《流浪山小妖怪》,都应携手走向世界。”她强调,要以更开放的心态参与国际合作与交流,积极借助“一带一路”、金砖、上合等平台推动电影合作,将优秀作品推向海

外,传播中国美学精神;同时注重提升合拍片合作能力,拓展海外市场与资源,用世界听得懂的语言讲好中国故事。

申奥表示,中国拥有广阔的电影市场,电影人肩负着将中国电影推向世界的使命。他认为,中国电影需完成从“中国符号”到“中国精神”的升级,避免元素堆砌,展示文化内核与精神。在类型上,除了已立足海外的武侠片、动作片、古装片,还应拓展悬疑、青春、科幻、爱情等多种类型。“我去年在海外拍摄的《用武之地》将于今年上映,拍摄中与外国团队默契配合,相互学习,希望将其打造成优秀作品推向海外,向好莱坞经典商业片学习并与之竞争。”

宋依依分享了追光动画的出海经验。从2006年《小门神》到今年《聊斋:兰若寺》,追光的10部动画电影均进行海外发行,并注重英文字幕翻译。2018年,《猫与桃花源》完成多语言配音,在90个国家和地区上映,猫眼出海总票房达1300万美元;2021年,《白蛇2:青蛇劫起》以10种语言登陆奈飞,首周播放量排名第三,并在前十维持三周,全球观影观众达1000万。“《长安三万里》《白蛇》系列正在海外发行,《聊斋:兰若寺》也在洽谈中。我们将持续努力,做好中国文化出海的桥梁。”

从影院运营角度,陈开放介绍了贵阳越界影城通过文旅融合助力电影影响力提升的实践。影城爆火后,联动周边景区、住宿和餐饮商家,推出凭电影票享优惠等活动;举办非遗美食城、邀请侗族大歌和安顺地戏展演,让外地影迷感受贵阳文化;参与贵阳赏花季、马拉松等活动,推动文旅融合常态化。“电影不仅是文化产品,还能成为连接地方特色与外界的纽带,助力文化传播。”