

(上接第3版)

◎ 董润年(《年会不能停》《被光抓走的人》)导演、编剧): 拥抱变化 真诚对话



今年我深切感受到,新生代观众的变化是当下最核心的话题。他们的点赞、评论和线上互动不仅是观看习惯,更是生活与社交方式,深刻改变着电影生态。

我们已进入创作者与观众“共创”的时代。移动互联网赋予了观众广泛的评论权,便捷的剪辑和AI技术更是实现了“影像平权”,让观众深度参与二创、衍生。他们的海量反馈与作品本身共同构成了作品的完整面貌,观众的主体性空前强大。

这些“互联网原住民”与过去观众大不相同,主体意识极强。他

们拒绝被居高临下说教,也反感刻意讨好,追求与创作者真诚、平等地对话。这种关系的根本性转变,要求我们不再是单向输出,而是用作品真正与他们对话。

但我们不能把这些简单归因为观众需要“强情绪”作品。许多成功之作,正是源于创作者先放下了“专业”的架子,卸掉“我执”,真诚融入社会现实和大众情感,与观众建立了相互理解和尊重,从而自然引发共鸣。预设某种题材天生自带情绪,是为创作找捷径而非真诚探索。

在叙事上,我强烈呼吁大家重视类型片叙事能力的扎实学习和训练。这是创新的基础,无法遗传,必须实践。今年暑期几部成功影片,无论是《南京照相馆》对老题材的新诠释,还是《流浪山小妖怪》的经典故事新视角,都证明了在掌握类型规律的基础上创新的力量。将新内容与合适的形式结合是目标,但灵活运用“旧瓶装新酒”或“新瓶装旧酒”作为对话的“锚点”也是策略,唯独因循守旧绝不可取。我们需要扎根生活沃土,拥抱变化,真诚对话。

◎ 张珂(“志愿军”系列、《南京照相馆》)编剧): 为构建公正历史记忆贡献中国电影力量



在《南京照相馆》的创作中,面对观众对新鲜叙事的渴望,我们力求突破创新。

在叙事上,我们尝试打破类型界限,融合悬疑、历史、战争元素,围绕一张日军罪行照片背后的秘密展开,层层递进揭示南京大屠杀真相。我们坚定采用普通人视角,聚焦那些苏柳昌、照相馆老板金承宗等乱世中的小人物,展现他们从挣扎求生到被历史洪流裹挟、最终觉醒抗争的心路历程。即使是日军军官,也力求避免脸谱化,揭示其被日本军国主义异化的本质,增

强戏剧冲突。

人民史观是影片的灵感。我们着力还原普通民众在这场浩劫中的遭遇与不屈抗争。他们并非天生的英雄,只是在生死关头,凭借人性的善良和对正义的执着,做出了勇敢的选择。金承宗为守护真相慨然赴死,林毓秀的坚韧转变,正是千千万万普通中国人的缩影。我们坚信,正是这些鲜活的个体生命,构成了历史的真实底色,他们值得被永恒铭记。

在美学与情感上,我们追求极致求真与深刻共情。从场景、服装

到方言细节,力求精准还原历史氛围。视听表达注重克制与深远意蕴,用光影、色调传递战争的沉重与不灭的希望。我们深挖人物内心,展现他们的恐惧、挣扎、勇气,让观众感同身受。影片的反响让我确信,真诚尊重观众审美与情感,电影才能跨越时空,引发强烈共鸣。

《南京照相馆》不仅是在讲述历史,我们更希望以中国人民的故事,向世界展现中华民族的苦难与坚韧,为构建公正的二战历史记忆贡献中国电影的力量。

◎ 于洲(追光动画总裁):观众在变 创新势在必行



作为中国电影人,我深切感受到2025年市场的变化与挑战,时代在变,观众在变,创新势在必行。

我观察到观众的核心变化有三:首先,互联网强化了群体细分,大家既能在虚拟世界“一呼百应”,也可能在现实中感到孤独,这深刻影响了电影的社交属性和宣发。其次,生活节奏加快、时间碎片化,短视频培养了观众对“爽感”和“强情节”的偏好,削弱了对传统长叙事的耐心,喜剧、悬疑等类型片因此更受欢迎。最重要的是,以年轻

观众为代表的文化自信显著提升,他们对本土历史、文化、IP产生了强烈的情感共鸣和价值认同,像《黑神话:悟空》《长安三万里》的成功正是这种文化觉醒的体现。

面对这些变化,我认为创新表达须聚焦三点:第一,深挖主题与价值观。中华优秀传统文化是取之不尽的宝藏,追光动画就通过持续创新“白蛇”“聊斋”系列等经典IP证明了这一点。第二,塑造能与当下观众共情的角色。无论是《长安三万里》中李白、高适的壮志与

友谊,还是《白蛇2:青蛇劫起》中小青的成长困境,能打动特定群体的角色往往能引发社会热议。第三,持续提升制作水准。当下中国一流动画在品质上已与国际顶尖相当,并逐步确立了独特的东方美学风格。这需要我们既传承匠人精神,也拥抱工业化协作和新技术,更要深入研究中国美学。在线上生活普及的今天,影院提供的视听盛宴、情感共鸣和社交仪式感,依然是我们必须坚守并不断强化的独特价值。

◎ 张苗(北京精彩总经理):用守正创新赢回观众



我观察了当今观众的显著变化。首先,观众真正渴望的是鲜活、饱满、可信的人物,为这些人植入有意义的主题或价值观,讲述他们动人的命运故事,是观众永不满足的核心。其次,在互联网消费习惯影响下,真实的观众口碑、讨论度和推荐度已成为核心驱动力。以往依赖意见领袖或营销号导流的方式已失效。电影品质最

终由观众的真实体验决定,而非营销包装。再次,观众更容易为关注个体情绪的作品买单和发声,同时对本土文化和美学的认同感正在觉醒。

关于创新表达,我的理解是“守正创新”。守正指在剧作和表演上必须坚持高标准,深刻的人物塑造、精湛的表演台词和创新的视听体验是电影本应擅长的优势,

中国电影今后也必将借此赢回观众。

创新是要鼓励新题材、新视角,寻找未被充分表达的人物、事件或主题,或用时代新视角重新诠释经典。视听语言方面,必须在摄影、美术、声音等层面不断提供新的体验,这也是电影作为头部视听格式的立身之本。

◎ 黄子桓(《误判》、“叶问”系列)编剧): 提供多元视角 让中国电影走向世界



我入行二十年写了25个剧本,全部是香港内地合拍片,有幸亲历了中国电影腾飞的黄金十年。当时港片在内地很成功,我以为自己融入了市场。但随后市场剧变,香港电影式微,我们也都都在思考:香港电影人如何更好地融入内地?我没有明确答案,但想分享一下自己的经历和思考。

记得拍《叶问》时,我决定塑造一个不威猛、有点怕老婆的宗师,

取材于甄子丹的生活细节。虽然开拍前剧本被批评“不真实”“不尊重历史”,但我们坚持了自己想拍的东西。《叶问》最终也大获成功。

然而如今市场完全不同了。内地电影飞速发展、题材丰富。现在谈项目,发行和投资方更看“数据”,类型、元素都要对标成功案例。港片数据不理想,合拍机会也锐减,年轻香港电影人来内地实践的机会更少了。我在此呼吁:拍国

产片的投资人、导演们,能否多带一带香港年轻电影人,给他们学习和融入的机会?

来内地发展,需要了解观众喜好,学习是必要的。但我觉得学习的目的不是竞争,而是为中国电影市场提供多元风格和视角,最终让中国电影文化走向世界。家父曾说美国电影传播了汉堡包文化,我们也应通过电影,让世界看见饺子、云吞面的魅力。

◎ 薛宁(中国电影资料馆副馆长、中国电影艺术研究中心副主任): 观众满意是中国电影的“硬道理”



中国电影艺术研究中心从2015年春节档开始进行中国电影观众满意度调查,十一年来,数据清晰展现着行业进步。今年截至8月22日,单片观众满意度均值达84.3分,呈现稳步增长态势,所有调查影片均进入80分以上满意区间。高分影片数量也显著提升,2015年,86分以上的高满意度作品仅1部,到今年8月已增至5部,充分体现出电影创作在“高原”基础上稳步向“高峰”攀登。

在创作核心维度上,2025年影片观赏性(84.2分)与思想性(84分)双创新高。在近两年调查中,《南京照相馆》的观赏性和思想性居于首位,《哪吒之魔童闹海》《罗小黑战记》两部动画片的观赏性、《志愿军:存亡之战》《东极岛》的

思想性分居第二和第三位。高工业技术支持下的动画电影和历史战争题材电影在高质量发展之路上的引领作用充分彰显。

市场反馈也印证着满意度的价值:高满意度影片《哪吒之魔童闹海》在春节档凭口碑实现票房长尾效应,《好东西》等也在上映后期出现票房逆势上扬。今年元旦、春节、五一、暑期四大档期满意度全面攀升。周末档调查中显示94%影片获满意评价,有三部周末档上映作品跻身年度TOP10。

今年是中国电影诞生120周年,数据充分说明:观众满意度是行业高质量发展的硬道理。期待青年创作者持续产出文质兼美的精品,推动中国电影迈向新高峰。

第三组对谈 变化的观众 与创新的表达

在第三轮圆桌会谈中,主持人中国电影艺术研究中心电影文化研究部主任左衡注意到嘉宾们普遍带着自省与对电影创作、观众变化及创新的思考。他首先向董润年提问,创作者如何在保持真诚的同时避免陷入“我执”,从而真正走进观众认可的真诚。

董润年坦言:“这个问题我没有答案”,他分享的方法是时刻提醒自己,“我现在认为的到底真的是我认为是的吗?”,并建议创作阶段多去征求不同意见,“多把你的故事讲给不同的人听,与不同背景的人交流,以理解普通观众的想法”。董润年提醒大家警惕自身认知局限和互联网声音的片面性,“我们自己对事情的认知,还有互联网上的声音有时候是片面的”,“音量很大”的意见未必代表主流,关键在于“吸取外界的声音”并努力判断“到底哪些是真正最广大观众的声音”。

张珂则提出了对“我执”的不同理解。他认为做电影最难的就是创作者懂得、相信的东西

是不是和观众能够双向奔赴,“我有很强的‘我执’在心里,我要通过电影把这个‘我执’讲出来”。他解释自己的创作来源是“对历史的认知”和“对最广大观众的再认知”,并坚信关键在于找到连接个人认知与观众共鸣的技术手段,“我坚信最广大的观众会为这种最大公约数

的情感所鼓掌、流泪,所以创作需要坚定地‘我执’,并用理性或者感性的创作技巧去实现其有效传递。”

于洲认为中华优秀传统文化为电影创作提供了源源不绝的力量和自信,创作核心在于挖掘如家国情怀等感动每个中国人的精神内核,创作者的挑战在于如何讲好这些故事,让当下观众从中获得共鸣与文化复兴的力量。他认为电影人一定要有执念,但强调这应建立在团队对观众、历史、市场了解的基础上。

张苗随后强调了塑造有效人物的重要性。他认为创作首先要有追求的意识:“我们能不能塑造一个有效的人物”。其次,人物承载的主题需是观众“可感的”,“如果观众相信,甚至愿意讨论,就容易成”。他称赞了张珂在《南京照相馆》中的群像塑造,认为其成功在于创作者对主题的真诚信仰,“天下武功唯真不破,观众容易被这种东西打动”。

黄子桓分享了自己创作《误判》剧本的经历。他观察到香港电影人面临的困境:擅长的警匪题材因重复而令观众审美疲劳,香港电影人的问题,在于没有跳出“舒适圈”。他呼吁香港电影人“反省一下未来除了拍动作片还可以拍什么题材,除了警匪之外还有没有其他的”。

(下转第5版)