

(上接第4版)

第四组对谈 通向未来的技术之路

中国电影科学技术研究所(中央宣传部电影技术质量检测所)党委书记、所长龚波作为对谈主持人,提出电影科技发展的演进方向是中国化、标准化、智能化、多元化和沉浸式,他认为技术要始终服从创作需求,为创作服务:“没有孤立存在的超级技术,电影故事讲不好,上什么技术都白搭。”同时,他呼吁通过科技创新推动叙事和体验突破,要清醒认识到核心器件对外依赖问题,最后表态技术角色是助力赋能,不过需耐心等待,“让子弹飞一会儿,我们不会让大家失望”。

王木旺在讨论数字资产平台运营时,主张预先考虑未来运营,核心是解决安全和版权问题以打造电影数字资产生态。他表示:“安全和版权问题特别重要,需要反复强调”,他建议通过版权登记和生态串联创作者、制作公司来降低成本,“我们想借助国家数字资产平台的建设,把它打造成一个电影数字资产的生态”,这些措施能让平台顺理成章地实现良性自我输血运营。

周勇的发言围绕DCP网络传输问题展开,聚焦于平衡安全与效率,认为安全是首要要素。“安全问题是我们要关注的

第一要素”,通过加密制作、节点传输和精准算法确保安全高效,“我们有自己的一套精准算法,让影院最高效,更快地完成”,并表示已在国家相关规定之下进行了多次安全检测,符合相关标准。

边巍在探讨HDR技术时,反复强调其在全球电影行业的重要性,并建议中国尽早布局主流标准以避免被动。他坦言HDR目前很受全球的电影行业关注,认为投影技术存在缺陷而LED潜力大,但目前的国际标准可能限制中国相关企业和产业的发展。“在中国的电影产业符合国际标准的情况下,应尽早布局一个我们认为的主流HDR标准,以实现技术自主和市场应用。”

范帆谈及VR电影创作,主张叙事核心是艺术本质和互动,而非单纯技术增强。他认为互动是VR魅力所在,“VR叙事核心要靠艺术本身,而VR给了大家三维世界,可以进去探索”。在他看来,辅助手段如4D只是体验增强,真正吸引观众的是参与感和独特性,“这其实借鉴了线下沉浸式内容的兴起,如剧本杀,我们可以利用观众的沉浸感和参与感推动VR发展,让新技术更贴近观众。”

第五组对谈 影院新体验

中国台港电影研究会会长孙向辉作为主持人开启了第五轮圆桌会谈,她邀请四位影院经理分享影院运营的创新实践。她代表电影新力量肯定了院线嘉宾们的战略创新和对电影放映端的贡献,建议将这些先进实践经验推广至全国影院。讨论中,孙向辉多次谈到了对影院未来的积极展望,并呼吁全行业共同努力提升电影文化的影响力。

戴运认为影院运营的核心在于“电影”,强调影院不应仅是售票放映场所,而应打造成有温度的文化场景,提供沉浸感、陌生人共鸣及细节服务。在此基础上,影院还需积极做好运营,用好电影IP和流量,通过首映礼等情感联结设计“打包”观众情绪,并多方拓展积极尝试创意活动,将空间转化为体验电影文化的美好期待。他赞同“接力棒逻辑”,呼吁终端在产业链中做好最后一棒传递,坚信影院行业会因共识提升而越来越好。

王征提出影院需运营观众、电影和空间三个维度。电影作为媒介是影院的灵魂,他呼吁影院为电影宣传竭尽全力。很多影片票房未达预期的痛点在于“最后一公里”宣传问题,许多影院未有效展示当期海报和物料,导致线上宣

发无法落地。王征认为影院应主动担起“接力棒”,通过线下活动增强观众触达,通过产业链各环节的努力一起改善票房。

褚山鑫将影院运营定义为“人流经营”,在他看来,影院如同火车站或营销公司等复合态空间,需最大化人流价值。他认为电影具有成瘾性,影院应通过排片帮助不同影片找到目标观众,提升观影习惯和频次;遗憾于当前映前广告被商业广告替代,削弱了电影宣传效果。针对发行问题,褚山鑫指出影院阵地宣传目前存在过期海报展示等不足,建议影院与发行方合作做大市场,避免观众流失,用优质内容重建影院吸引力。

李劲波把影院定位为文化服务行业,运营涵盖内容(直播、影展、歌剧)、体验(IMAX、环境)、空间价值、客群(会员、社群)及品牌五个维度。他强调社区化趋势下影院需聚焦3公里范围内品牌影响力,通过精准营销满足观众需求。在宣传发行上,李劲波提出影院责任缺失,观众常不知下周有哪些影片上映,呼吁行业避免“自嗨”宣发,加强阵地推广让观众了解档期影片,从而提升上座率和票房潜力。



孙向辉主持论坛

◎ 边巍(中影科技有限公司执行董事): 努力实现技术自主化与产业链国产化



中影CINITY技术团队提出的高格式电影概念融合了4K/120帧、广色域、沉浸式声音等七项国际先进指标,核心目标是实现技术自主化与产业链国产化。目前CINITY系统已经在放映技术、制作标准、全产业链布局等方面实现突破,正在开发的摄影环节也即将与其他电影制作流程打通。我们希望通过技术标准的建立,逐步延伸电影的全产业链条,为电影创作语言提供更广的空间,希望在题材选

择、剧本创作甚至导演、创作者头脑中构造故事的时候,能够通过更新的技术、更沉浸式的观影感受,给观众带来更直接、更强有力的冲击。为了给影院提供标准的技术参数和标准化的内容,我们在北京和洛杉矶分别建立了制版中心,对于整个产业发展帮助非常大,目前已经为132部影片制版,同时高帧率影片达到了38部。2025年开始,所有进口的好莱坞影片都提供了相应版本,很

多版本还单独制作了CINITY专属的高格式。目前我们还在摄影机领域努力,中国自主开发、国际领先的专属CINITY摄影机,有望在2025年11月面世。希望中影所提出的CINITY高新技术能够给电影整个产业带来助力,为中国电影产业在国际上争得一定的话语权,进入标准体系的打造,同时也为2035年实现电影强国目标贡献力量。

◎ 周勇(华夏电影发行有限责任公司发行部经理): 开启中国电影数字化新时代



华夏电影始终担纲“国家队”使命,传播优秀文化,服务大众观影,努力推出反映时代精神的好作品。面对技术浪潮,我们主动拥抱变革,与厦门飞影云携手,2022年启动合作,2024年正式成立华夏飞影云科技(厦门)有限公司并获国家电影专项资金支持,今年更荣获“年度杰出技术创新应用奖”。

我们的步伐不止于国内,正全面启动全球化征程。与马来西亚、印尼、巴西等地的合作有序推进,海外版设备即将量产铺设。我们的目标很明确,让中国技术连接世界银幕,促进

文化交流,实现国内国际市场双轮驱动。同时,我们推动影院向综合文化空间升级。依托飞影云数字底座,首批升级1500余家影院、约3000个优质影厅,打造“国家展演级”视听体验。已成功推出“中影·影院第二现场”等项目,覆盖多城市影城同步直播体育等赛事,效果显著,场均上座率领先。未来将继续引入更多国家级、国际化内容,丰富影院业态。

◎ 范帆(北京维魔科技有限公司CEO):十年一觉VR梦



今年3月,国家电影局首次将VR电影纳入产业管理体系,这为行业注入了强心剂,也标志着VR电影产业历史的转折点。回想十年前2016年踏入VR领域,初次体验初代设备的科幻短片,虽技术粗糙,但空间震撼令我入迷。我早期尝试了360度拍摄,但意识到VR不只是视觉延伸,于是通过第一人称、一镜到底和实时渲染创作了《无主之城》,2018年入围电影节VR单元并获票房惊喜。然而,VR泡沫

破裂后,行业发展漫长而艰难。2019年,空间互动成为叙事基石,受奥斯卡奖和迪士尼作品启发,我聚焦Z世代沉浸需求,创作了互动电影《杀死大明星》《昆仑迷窟》。后来,新冠肺炎疫情冲击线下业态,但2023年技术升级带动市场爆发,我的作品如《三体》《红楼梦》多样化拓展,从剧集到动漫,让观众从旁观者变为亲历者,推动中国文化出海。2025年,国家政策提振信

心,VR市场年均增长40%,线下场馆突破1000家。虽然VR设备重、时长有限限制复杂叙事,题材同质化消磨热情,但行业发展已从小众实验走向主流。我的新作《地心游记》融入空间探索 and 自然互动,并探索联动发行如《浪浪山小妖怪》VR版。站在百年转折点,我将与电影同仁携手,融合VR空间互动和AI叙事,让中国成为下一代叙事艺术的规则制定者。

◎ 王木旺(中国电影科研所传输放映技术研究处副处长): 构建国家电影数字资产平台



当前,全球电影业正经历深刻数字变革,2024年全球规模已达430亿美元,预计2030年相关交易将突破50万亿美元。海量数字资产驱动产业重构,价值空间巨大。但同时,我们在版权保护、标准统一、流通机制等上仍面临挑战。为确保平台科学可行,中国电影科学技术研究所已联合多方开展了扎实工作:一是搭建了LED虚拟拍摄的数字资产实验系统,完成了存储、检索、预览、

交易到交付的全流程验证;二是创新构建了“版权登记-区块链存证-数字水印”三位一体保护机制,能精准溯源侵权行为;三是正在推进涵盖五大类的技术标准体系建设;四是联合重庆永川上线了区域试点平台“科技影视数字资产平台”。

基于这些前期探索,我们已具备启动国家平台的基础条件。值此“十五五”开局之年,中国电影科学技术研究所将全力投入建设。平台将重点打造国家电影数字资产库群、电影数字资产版权保护与管理体系、电影数字资产安全交易系统、电影数字资产智能管理服务系统、电影数字资产智能制造与加工服务系统五大核心系统。站在电影数字化的关键机遇点,我们会继续努力,共同建设好这项数字时代的电影基础设施,开创中国电影繁荣发展的新时代。

(下转第6版)