

创建标准 实现转型 中国电影需要构建有效的工业化标准体系

本报讯(记者 郑中砥)6月17日,第22届上海国际电影节金爵电影论坛上,由凡影作为智库支持的关于“电影行业如何构建有效的工业化标准体系”的讨论引发了中外电影人的关注。《流浪地球》导演郭帆、《天火》导演西蒙·韦斯特、凡影咨询创始合伙人李湛、北京电影学院国家电影智库常务副秘书长兼办公室主任刘正山、普华永道合伙人马骏俊等,从中国电影工业化现状与困境、中外电影工业化对比、中国电影工业化的衡量标准、构建电影工业化的努力方向等多个方面进行了探讨,分享中国电影工业化的标准体系的蓝图构想与实操经验。

◎ 刘正山:实现工业化最重要的是构建工业标准

国家电影智库最近发布的《中国电影产业指数报告》用30多个电影方面的数据更为全面地对电影产业发展的综合状况进行了判断,刘正山现场分享了

这些数据,他提出“中国电影当前正处于跃升时期”,实现跃升的一个关键就是完成中国电影工业化的建构。

刘正山将电影工业化归结为四个特征:生产标准化、作品类型化、管理现代化、创新模式化。在这四个特征中,刘正山认为:“电影工业化要想实现落地,最重要的是标准,标准构建是工

业化的基础。”他提出了产业标准构建的四方面好处:建立全行业的广泛认同,能够确保经验技术的留存,减少摄制过程中的不确定性,提高行业效率。

◎ 马骏俊:项目公司制让电影实现从作坊式管理到企业化管理

普华永道合伙人马骏俊从财税和项目管理的角度,提出中国电影工业化的第一要务就是要脱离原有的作坊式、家族式的管理模式,要实现企业化管理,

“政策、人、项目,三者之间的所有关系最终都会落在纸面上变成合同,要实现合规管理,最优的方式就是现代化管理手段进行项目经营,避免潜在纠纷。”

马骏俊提出必须要用项目公司来对一个电影项目进行管理,“项目公司制对于电影项目有很多好处,其中最重要的一点就是能够实现风险隔离,

影视企业应该更多参考房地产企业等其他工业化程度高的企业,用公司制的管理来替代现在的传统模式,创造影视行业更美好的明天。”

◎ 李湛:“找对人、打对点”是电影走向市场的秘诀

凡影合伙创始人李湛从大数据出发,总结出中国电影产业由院线密集覆盖带来的快速增长红利期已经正式结束,随着市场竞争进一步加剧,小片子取得市场奇迹的现象会越来越少。中国电影消费市场正在慢慢变得更加

成熟和稳定。面对这样的电影市场局面,李湛认为只有依赖专业经济化的工业体系才能在这个深耕细作的红利期抓住市场、抓住观众。“每一个项目的终极目标就是找

到营销和口碑潜力都高的人群作为目标观众,并且提炼出营销和口碑核心卖点来表达给观众,就是我们俗称的‘找对人、打对点’。找对人和打对点必须是同时进行的,需要通过观众洞察确认到底要找什么样的人,

打什么样的点,并且整合在一起成为核心的视觉物料,这样才能传递出属于这个作品,符合这个产品特点的信息。如果电影走向市场有什么真正的密钥,这就是电影走向市场的密钥。”

◎ 西蒙·韦斯特:工业化的一小步,中国电影的一大步

西蒙·韦斯特有着非常丰富的好莱坞拍摄经验,曾执导《空中监狱》、《古墓丽影》等经典影片,此次在中国拍摄《天火》的经历让他非常难忘,同时也切身感受到了中国电影在工业化

水准上与好莱坞存在的差距。“在好莱坞拍摄,时间非常严格,但是在中国我们总会因为各种各样的原因不断拖延拍摄进度。在好莱坞的标准化体系当中,第一副导演会

在拍摄中帮我规划进度,帮我达成每天的进度目标,他有非常明确的高度一致性的职责,不会出现制作失控或者超支。”

西蒙·韦斯特认为在中国的拍摄

体验总体感觉还不错,同时他也提醒要来中国拍摄的好莱坞导演不要惊异于一些小的工作差异,“只要在工业构建上前进一步,中国电影就能够实现一大步发展。”

◎ 郭帆:工业化不够“人肉”来凑

郭帆在《流浪地球》的拍摄中深深体会到电影工业化的重要性,调动7000人的剧组去完成中国电影前所未有的硬科幻电影,郭帆戏

称自己是“工业化+人肉”的工作方式。“我们很多时候都处于工业化+‘人肉’共同作战的境地,只能用大量

的人力去填补我们在工业化这部分的缺失。拍完《流浪地球》我更加认识到,在工业化的道路上,我们真的是任重而道远。我们要争取达成共识,当

业内有更多人达成同一种默契、当更多人认可这种方式的时候,我们就要建立标准,当标准建立,工业化也就离我们不远了。”

《牛油果的春天》上影节首度展映 林鹏颠覆形象演继母不怕“丑化”

本报讯 根据王可心小说《春天里》改编,由加拿大籍导演范庆执导,林鹏、李东学、陈思成领衔主演,赫子铭、黄晓婉主演电影《牛油果的春天》已入围第22届上海国际电影节传媒关注单元。6月17日影片进行国内首次展映,导演范庆,主演林鹏、陈思成和赫子铭亮相现场,与观众分享影片拍摄感悟。在片中颠覆形象扮丑出演继母的林鹏表示,自己不怕被“丑化”,“观众观看习惯就好了”。

《牛油果的春天》讲述了由一张特别保单所引发的人性抉择,以及在一段错位人生际遇中彼此治愈陪伴的温暖故事。在片中,林鹏一改往日“打女”形象,出演一位看似柔弱却内心坚韧的继母何梅英。林鹏坦言,挑战很大,为演好这一角色,借鉴了许多电影作品,甚至把和亲弟弟之间相处体会带进电影。提及形象颠覆,林鹏笑言:“我觉得‘扮丑’没什么。观众看适应了,就不觉得丑了。”对于何梅英与两位男主角之间的感情关系,林鹏解读道:“跟‘大壮’结婚是嫁给了没有爱情的婚姻,只是为了走出大山;而‘铁三’的爱情像童话一样不真实。”



现场,范庆特地面向观众解读片名含义,他认为:“牛油果象征着母爱和母性。电影正是在表达一种对母性的追寻,比如‘何梅英’从不能怀孕到成功怀孕,‘铁三’最终释怀离开了小城等等,几位主人公也是在这种追寻中互相治愈的。”

电影《牛油果的春天》由北京麦特、北京乾坤星光、麦特影视出品。(杜思梦 李霆钧)

《再见,少年》剧组亮相凤凰网娱乐非常路演 监制焦雄屏:哀而不伤是青春片最恰当的呈现

本报讯 近日,由凤凰网娱乐主办,德国高端纸巾品牌Tempo得宝独家冠名的非常路演发布会上海电影节特别版在沪举行。本次活动迎来了年度备受期待的影片《再见,少年》剧组莅临现场,与观众分享台前幕后的趣事。

电影《再见,少年》聚焦生活在千禧年的少男少女,讲述一个在高考来临前,足以裹挟命运的故事。导演殷若昕透露,影片拍摄初衷与自己回顾青春的感觉有关,她称自己总是不断在回望青春,每次得到的感悟都不尽相同。特别在三十而立后,忽然有一种成年人的感觉,就拍了这样一部青春片。

监制焦雄屏也十分肯定《再见,少

(影子)

蔡卓妍《感动她77次》亮相上影节开幕式

本报讯 6月15日,第22届上海国际电影节于上海大剧院正式开幕。电影《感动她77次》出品人杨受成、制片人邵剑秋、杨斯童,与主演蔡卓妍、周柏豪盛装出席开幕式红毯,为影片造势。红毯上星光熠熠,蔡卓妍一席玫色鱼尾长裙,身材窈窕,笑容甜美;周柏豪一身黑色笔挺西装,尽显成熟魅力。这对俊男美女的高颜值组合“吸睛度满分”,引爆现场。

《感动她77次》作为2017年创下口碑和票房佳绩的《原谅他77次》的续集,由导演邱礼涛、编剧李敏等原班人马倾情打造。该片深刻聚焦香港都市男女,讲述了步入婚姻殿堂的当代年轻人对爱情的困惑和人生的迷茫。片中,化身小女人的吕慧心(蔡卓妍

饰)与长不大的男友张智恩(周柏豪饰)再续前缘,重启“寻爱之旅”。这一次,“原谅”变成“感动”,“他”换作了“她”,迈进婚姻殿堂的两人能否真正收获幸福?剪不断理还乱的感情线,错综复杂的剧情走向,让人期待不已。据悉,片中蔡卓妍的母亲将由惠英红继续出演,并穿上婚纱,展开一段旧情复燃的爱情故事。除此之外,泰国红星马里奥惊喜加盟,与蔡卓妍、周柏豪这对CP的情感纠葛同样看点十足。

电影《感动她77次》由英皇(北京)影视文化传媒有限公司、英皇影业有限公司、北京聚合影联文化传媒有限公司出品。

(影子)

X JAPAN队长Yoshiki空降上海 其纪录片《We Are X》有望引进

本报讯 6月17日,由The H Collective影业主办的“齐聚巅峰·无限可能”中日聚合时代全球发布会上,著名日本音乐人、传奇乐队X JAPAN队长Yoshiki惊喜现身。看电影传媒集团宣布将与The H Collective中国合作引进展示Yoshiki传奇一生的纪录片《We Are X》。

发布会上,现场播放了Yoshiki的纪录片《We Are X》片段,该片由知名纪录片导演史蒂芬·凯亚和制片人约翰·巴特塞克操刀,记录了日本历史上最成功乐队X JAPAN在美国麦迪逊广场公园一场演唱会的经过,影片以X JAPAN灵魂人物Yoshiki为切入点,展示了他的传奇一生。

看电影传媒集团宣布将与The H Collective中国合作引进纪录片《We

Are X》。Yoshiki表示,是经纪人鼓励自己拍了这部影片,片中自己直面了父亲去世和乐队成员离世等曾令他备受打击的事件,他希望观众看完影片,重燃生活希望。

Yoshiki当日还透露,将为在The H Collective影业与爱奇艺影业联合出品的电影《动物特工局》制作主题曲,与The H Collective成立合资公司,主打开发化妆品、服饰等衍生品。

The H Collective影业是一家集电影投资、制作、营销和发行于一体的国际化娱乐影视集团,2018年4月,The H Collective与索尼哥伦比亚影业达成战略合作,双方每年将携手在全球发行和销售四部电影,今年5月全球上映的反超级英雄惊悚片《Brightburn》是双方合作的首部作品。(杜思梦)

第三届中国影视领袖峰会在沪举行 业内热议5G、资本对电影产业的影响

本报讯(记者 林琳)5G和电影产业将发生怎样的化学反应?资本正以何种眼光看待电影市场?中国式大片未来将如何发展?当以上种种前沿问题汇聚在6月18日由每日经济新闻、上海电影集团、上海国际电影节共同主办的第三届中国影视领袖峰会时,便吸引了上海电影集团总裁王健儿、腾讯影业首席执行官程武、博纳影业集团董事长于冬、光线传媒董事长王长田等众多中国影视产业的领军人物。

论坛现场同时发布《强影之路2019》白皮书,并为博纳影业集团创始人于冬以及演员、导演吴京颁发“中国电影领军人物奖”。

5G会改变电影行业 但内容依旧为王

互联网已深深嵌入并改变了社会上的各行各业。一向与技术紧密结合的电影自然不例外。近些年来,中国电影在制作、营销、发行等各个环节上都深受互联网的影响。在这种情况下,上海电影集团总裁王健儿用“进攻就是最好的防守”这样一句体育竞技中常见的话来形容电影人对于互联网的态度。他表示,互联网时代唯一不变的就是变,过去如此,未来也这样,所以改变不可怕,而且我们要抓住机会改变,这才是电影企业、电影行业保持青春活力的方法。

慈文传媒创始人马中骏认为,文学和电影以前都是由一小撮精英为大众提供作品,但互联网的到来降低了创作门槛。“以电影为例,数字化降低

了电影的制作成本,让更多的人有机会成为导演、摄影师,这就是科技给电影行业带来的深刻改变。”

弘毅投资董事总经理崔志芳则从资本的角度回答了互联网对电影行业的影响,她说,相比美国电影产业,互联网对于中国电影产业的改变要更大。互联网的介入让更多互联网平台新型影视公司出现。

互联网进入电影行业这些年,一大改变就是线上售票。对此,阿里大文娱电影业务负责人、淘票票总裁李捷梳理了线上购票在这些年来大体脉络。

他介绍说,早期,通过团购的方式,在线选座购票完成了基础的数字化过程,就是把人们的购票习惯从柜台和电话的方式转移到互联网的移动端。从2015年开始,票务平台开始介入宣发层面,完成了互联网对传统宣发的改变。票务平台就此也完成了“从购票工具到观影决策平台”的转变。

对于当下最热的5G话题,现场嘉宾也提出了各自的看法。王健儿表示,5G商用之后,电影人可以实现4K、8K的异地拍摄和制作,而5G对于VR技术的应用更是有着较大的想象空间。

互联网公司出身的李捷表示,5G对于电影行业的改变更多是技术层面的,对于互联网平台型公司的改变。对于电影内容本身并没有实质性的改变。“电影怎么拍,电视剧怎么拍?我认为跟5G也没有什么关系,5G就是一个通信的技术。”

对于5G,在场嘉宾用了“不要高估5G,同样也不要低估它”来形容。

资本之于电影 成也萧何败萧何?

电影,尤其是商业电影,作为大投入、高风险的产品,自然离不开资本的助力。另一方面,资本的过度干预又会影响电影本身的艺术属性。

身为互联网行业的资深探索者,同时也是电影行业的新兵,腾讯集团副总裁兼腾讯影业首席执行官程武表示,腾讯进入电影行业后,始终希望发扬互联网的精神,秉持开放、连接、助力的原则,共同为中国电影产业添砖加瓦。

“腾讯影业希望借助互联网,在人的情感和影视内容之间架起一座桥梁,能够把文学、动漫、影视、电竞、线下衍生等等,和人们产生更大的共振效应,更好地对行业进行助力。”此外,近些年来腾讯影业还联合业内多家影视公司打造了如《我和我的祖国》、《影》、《上海堡垒》、《第十一回》等诸多优秀影视作品,这种开放的态度也得到行业中越来越多的合作伙伴认可,期望未来一起来打造更多的项目。

此外,腾讯还积极参与到国际影片的出品当中,目的是学习先进理念,未来帮助中国电影“走出去”。

CMC 华人文化集团公司副总裁应旭珺表示,今年以来,北美电影市场票房同样出现了下滑,其原因就是资本为避免风险,总是拍摄安全度较高的系列片,导致好莱坞电影创意枯竭。中国电影应该在学习的同时引以为鉴。她同时提出,中国电影人要具备前瞻性和使命感,积极探索给世界观众看的中国电影。

厚德前海基金合伙人、首席投资官陈昱川从“圈外人”的角度出发,建议中国电影产业要实现“内容的长久化”。他举例说,宝马这样一家做汽车的公司,同时会开店卖衣服、卖雨伞和自行车。他们这样做的目的并不是为了赚钱,而是想让品牌 and 用户更接近,跟用户建立更深度的连接。“电影同样可以制造这样的场景,以此来拉近和观众的距离。”

业内“大咖”讨论 中国式大片如何走

从《建军大业》、《红海行动》、《战狼》系列、《流浪地球》,到将要上映的《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》、《紧急救援》等,近年来中国式大片已经探索出一条新的道路。对于中国式大片未来如何进一步探索这一话题,自然引来不少业内领军人物的讨论。

在博纳影业集团董事长于冬看来,中国大片要借鉴现代电影技术和现代电影语境,赋予过去传统主旋律电影一种新的样式,让它和世界接轨,和年轻人接轨,让中国电影在电影美学上为世界电影提供自己的方案。

他同样表示,在5G时代,人们的娱乐方式愈发丰富,电影只有提高科技含量、工业化水平,增加其在影院内的“剧场效果”,才能把观众始终留在电影院中。

光线传媒董事长王长田对此提出了不同观点。他表示,高科技含量的影片只是一方面,他更赞成电影多样化的方式。王长田认为多类型多题材,以及大量的电影作品才是推动电影产业发展的基础,只有这样才能让更多的电影人有成长的机会。同时,他也提出了“精精品、探新路、育人才”的目标。他说:“作为行业主流的公司要能够不断生产出精品;中国电影现在仍然有非常多的领域、题材、表现方式、风格等等需要探索;电影产业的进步离不开人才的成长,尤其是新人。”