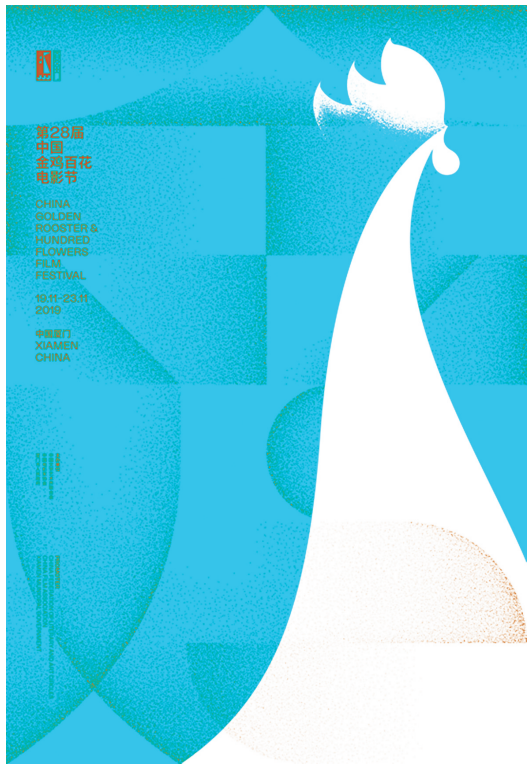


中国电影报

主管:国家电影局 主办:中国电影艺术研究中心 出版:中国电影报社 网址:www.chinafilmnews.cn 2019年11月20日 第45期 总第1627期 定价:3元

第28届中国金鸡百花电影节 在厦门举行,黄坤明出席开幕式并致辞



据新华社电 第28届中国金鸡百花电影节11月19日在厦门开幕。中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明出席开幕式并致辞。

黄坤明强调,要认真学习贯彻习近平总书记关于推进电影事业发展的重要指示精神,始终牢记殷切嘱托,自觉担当使命责任,不断推动新时代电影事业繁荣发展。希望广大电影工作者坚持守正笃实、崇德尚艺,坚持以人民为中心的创作导向,把创作生产电影精品作为立身之本,自觉践行社会主义核心价值观,更好构筑中国精神、中国价值、中国力量。要抓住中国电影“黄金时代”的历史机遇,勇于开拓创新,推进电影高质量发展,不断推动中

国电影从“高原”向“高峰”迈进,实现从电影大国向电影强国跨越。

黄坤明指出,金鸡百花电影节是电影界的盛事,从今年起金鸡奖将每年评选一次。这是顺应电影快速发展的重要决策,是回应电影工作者呼声的重大举措。要充分利用这一平台,讲好中国故事,擦亮“国家名片”,促进提升电影工业化水平,以高标准专业性办出新局面新气象。

中国文联、福建省负责同志分别致辞,国家电影局负责同志出席。来自电影界的代表1000余人参加开幕式。本届电影节将持续到11月23日,将评选出中国电影金鸡奖系列奖项。

上影举办成立70周年座谈会: 奋斗新时代 攀登新高峰

本报讯(记者 林莉)11月16日,上影集团5号棚举行庆祝上海电影制片厂成立70周年座谈会。上海市委常委、宣传部部长周慧琳出席并讲话。上海市人大副主任蔡威,上海市副市长宗明,上海市人民政府副秘书长顾洪辉,上海市委宣传部副部长、电影局局长胡劲军出席了座谈会。国家一级作曲家吕其明,上海文联主席奚美娟,著名导演姜文、徐克,上影中青年艺术家代表郑大圣、王景春作交流发言。上影集团党委书记、董事长任仲伦作主题汇报,座谈会由上影集团总裁王健儿主持。

任仲伦在主题汇报中从上影出品、上影市场、上影制作三个维度回顾了上影70年的创作轨迹和发展成果,“上海电影制片厂始终秉承为人民而创作的信仰,在重要的历史时刻,上影人始终没有缺席,始终挑起重任。”

据统计,70年间上影拍摄

了820多部故事片,800多部电视剧,并获得数百计的国家与国际的重要奖项。“我是看着上海电影长大的”,这是历代观众的由衷之言,也是对上影的最高评价。

70年来,上影大师汇聚,人才辈出。2018年,谢晋导演被授予“改革先锋”荣誉称号;2019年,秦怡获得“人民艺术家”的国家荣誉称号。同时,上影有111位老同志获得庆祝新中国成立70周年纪念章。2018年6月,习近平总书记给83岁入党的上影艺术家牛犇同志写信:肯定他把为人民创作作为人生追求的信念,期盼“带动更多文艺工作者做有信仰、有情怀、有担当人”。

任仲伦还特别介绍了到场的上影老厂长徐桑楚的女儿徐小平,导演桑弧的儿子李亦中,导演郑君里的儿子郑大里,导演汤晓丹的儿子汤沐黎,“前辈已经逝去,但我们缅怀他们的卓越贡献。”(详见第16版)

2019“夏衍杯”证书颁授仪式举行 《生生不息》等五部作品获优秀电影剧本

本报讯11月16日,由国家电影局、电影剧本规划策划中心、中国夏衍电影学会共同主办,杭州市江干区人民政府承办的2019年“夏衍杯”优秀电影剧本征集活动证书颁授仪式暨电影编剧论坛,在夏衍先生的故乡杭州举行。

国家电影局巡视员陆亮,杭州市委常委、宣传部部长戚孝虎,浙江省文化产业促进会副会长吴熠等出席活动。中国艺术研究院影视研究所所长、中国夏衍电影学会常务副会长丁亚平,2019“夏衍杯”终评委、中央戏剧学院电影电视系副教授吴楠,编剧董哲,2019“夏衍杯”颁授证书编剧黄丹等专家作主题发言。

电影剧本规划策划中心策划室主任苏毅介绍了2019年“夏衍杯”征集活动的情况,“夏

衍杯”评选委员会秘书长张建勇发布了评选结果。此次征集活动共收到合格剧本1039部,经过多轮评选产生了34部入选作品。《生生不息》等5部作品荣获“优秀电影剧本”;《我是大师兄》等9部作品获得“创意电影剧本”;《阳光照进戈壁滩》等20部作品获“潜力电影剧本”。与会嘉宾与专家为获得殊荣的编剧颁授证书。

夏衍先生故居所在地江干区代表,以及获得2019年“夏衍杯”荣誉的电影编剧出席活动。

在颁授仪式之后的电影编剧论坛上,专家们围绕“为人民抒写,为人民创作”,就夏衍现实主义电影创作的时代性与人民性、以人民为中心的现实主义创作,展开了深入的探讨。

(下转第2版)

第五届中国电影新力量论坛杭州举行 讲好中国故事 打造电影精品

本报讯(记者 姬政鹏)11月17日,由国家电影局主办,中国电影艺术研究中心、中共浙江省委宣传部、浙江省电影局承办的第五届中国电影新力量论坛在杭州举行。

来自国家电影局、部分省市电影主管部门的代表,以及70余位近年来在电影创作中卓有成就的出品人、制片人、编剧、导演、演员和专家学者一起,深入学习习近平新时代中国特色社会主义思想,就中国电影的各个环节进行深入有效的交流与沟通,总结问题、交换意见、畅想未来、凝聚共识,共同推动中国电影持续健康发展。

党的十九大以来,中国电影在产业基础、市场规模、人才架构、市场环境等方面均展现出良好态势,电影创作活跃,题材类型丰富,优秀影片不断涌现。与此同时,放映阵地建设巩固拓展,公共服务稳步推进,对外交流日趋活跃,行业生态持续优化,呈现出积极健康发展的良好局面。

数据显示,截至2019年11月17日,全年票房已经突破580亿元,其中国产影片份额超过60%,年度总票房有望实现较高的同比增长。在今年到目前票房前十的影片中,国产影片占8部,在票房过10亿的15部影片中,国产影片占10部。

本届论坛以“讲好中国故事,打造电影精品”为主题,中影股份总经理、华夏电影董事长傅若清,峨眉电影制片集团董事长韩梅,潇湘电影集团总经理谷良,北京文化电影娱乐事业部总经理张苗,郭帆文化传媒制片人龚格尔等出品制片人代表;陈思诚、路阳、邓超、田羽生、董猛、闫非、白雪等导演代表;周迅、陈坤、佟丽娅、杜江等演员代表;俞白眉、董润年、董哲、陈舒、吴楠等编剧代表在论坛上发言。

论坛由清华大学教授、中国电影家协会副主席尹鸿和中国电影艺术研究中心文化研究室副主任左衡主持。



齐心协力,讲好中国故事 守正创新,打造电影精品

如何选好题材、讲好故事、打造精品,不仅是本次论坛的主题,也是出品制片人代表提到最多的问题。

他们认为目前的中国电影应该在继续关注内容创作的基础上,努力讲好中国故事,同时用以人民为中心的创作导向指导创作生产坚守中华文化立场,坚持弘扬中国传统价值和当代价值,彰显中国精神、中国价值和中国力量,体现电影人的责任担当。

傅若清在发言中提到的“内容为王、文化为魂”,张苗分享的扎根中国文化、把握时代脉搏、拥抱年轻人“心跳”、反映社会主义主流价值观四点“秘诀”,都赢得了在场嘉宾的掌声。

导演代表则展现了中国电影新力量对电影工业、电影美学、电影技术手段的新理解。陈思诚分享了“唐人街探案”系列的创作心得和《唐人街探案3》通过78天日本拍摄得出的经验教训,他表示:“我们会继续打造像《唐探》系

列这样具有系列性、持续性,具备工业属性、产业属性、外延属性的电影”。

路阳的发言聚焦于中国科幻电影和特效公司的技术现状和发展前景,“从底层技术来说,中国和美国没有那么大差距,我们可以做得非常好,我希望还是尽量跟中国团队合作”。

邓超分享了自己对于拍摄新主流电影的理解,“‘国与人’、‘大情感与小情感’这两组关系需要重点关注”,“讲述中国的电影需要展示时代精神,也要努力贴近观众、感动观众,需要见到人,这里说的‘人’是一个个有血有肉、有情有义、有喜怒哀乐的中国人。而一部讲中国故事的电影,如果能在大情感框架内展示细腻的小情感,就会带给观众从宏大叙事到微观感受的全方位情感体验,也将迸发震撼人心的力量。”邓超如是说。

周迅、陈坤、佟丽娅、杜江等演员代表在发言中也纷纷表示,要用心塑造好角色,积极传递正能量,承担社会责任,做不愧于祖国、不愧于时代、不愧于观众的演员。

周迅说,要讲好中国故事,打造电

影精品,演员的责任是非常重大的。需要学习各方面的知识,丰富自己的视野,提高演员自身的修养。

陈坤介绍,2017年他与创办了山下学堂,这是一次表演教学的实验,希望给予所有热爱表演事业的演员更多机会。

佟丽娅在发言中提到:“我和我的祖国”口碑与票房的双丰收,让我们年轻一代的电影人看到了创作中的方向。小成本电影突破了商业片和文艺片的界限,给予了演员更多的表演空间,而小人物的筋骨和国家情怀的温度也让爱国主题成为了观众共同的价值追求,引领了主旋律电影作品的新风尚。”

杜江表示:“我们要为美好的现实生活、为越来越优秀的观众而创作,踏踏实实体验生活、潜心表演,真正做到不愧于祖国、不愧于时代、不愧于观众的演员。除了拍好戏,我们还要用自身的社会影响力,用自己的行动去帮助更多人。”

(下转第3版)

《中国机长》28亿票房背后: 营销做对两件事, 一是“共情”,一是“出圈”

本报讯(记者 杜思梦)《中国机长》上映第28天的时候,票房突破28亿元,这部献礼新中国成立70周年的重点影片以平均一天一亿票房的速度,跑步进入产业化以来票房十强。

今年国庆档,《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》三部重点献礼影片不约而同选择了9月30日起片。同档影片,一部集结了超强的明星阵容,一部点燃了全国的爱国情绪,夹在中间,《中国机长》优势不算明显。然而,《中国机长》凭什么能够在竞争激烈的国庆档后半程登上日票房首位?凭什么在长达13天的时间里领跑大盘?又凭什么三次登上周榜冠军宝座?

《中国机长》营销团队负责人告诉记者,28亿票房背后,是影片自身过硬的质量、精准的

营销策略以及全体工作人员“死抠”到底的工作精神,这三项,“缺一不可”。

营销团队清楚影片的“处境”,目标也定的理性:“成为国庆档观众的第二观影必选”。

“拼不过阵容、拼不过人气,但是我们可以给观众带来最直观的视觉享受,以及最共情的英雄情结”,营销团队打算把《中国机长》的营销,既做出专业度,又要有差异化,既要“共情”,又要“出圈”。

营销工作启动后,宣传上以“真实人物加强受众共情”同时“凸显电影的灾难大片属性”,营销上围绕“真实事件”、“大片气质”和“中国骄傲”展开,营销过程中,强调献礼属性,也要强化商业属性,去做一些“别人做不到的事情”。

(详见第10版)