

名家访谈

《许愿神龙》“元旦观影嘉年华”欢乐暖心

本报讯 2021 新年首选合家欢动画电影《许愿神龙》日前在北京举行元旦观影嘉年华。七条粉红神龙集结活动现场,成功“召唤”出了成龙。成龙与牛骏峰、薇薇现场与观众分享配音趣事,并派发好运红包,实现观众心愿,更是暖心为小影迷补过生日,将电影中的欢乐和好运气都带到了嘉年华活动现场。《许愿神龙》由克里斯·艾伯翰斯执导,《怪物史莱克》系列之父阿伦·沃纳联手克里斯·布兰博、成龙担纲制片人,成龙、牛骏峰、薇薇倾情加盟中文配音。

可以实现心愿的神龙自带“转运”属性,使得在元旦看《许愿神龙》更添一份新年转运的仪式感。活动当天,七条粉萌神龙人偶超萌现身,



合力“召唤”出了成龙。谈及《许愿神龙》,成龙认为这是一部“关于友情、

关于亲情,向大家传递温暖正能量的合家欢电影,适合全家人一起观看,

也希望通过神龙把好运带给大家”。

牛骏峰和薇薇分享了此次配音过程中的趣事。值得一提的是,电影的配音指导兼片中丁思齐妈妈的配音演员苏柏丽来到现场,表示“成龙非常辛苦,五年时间三地录音,为大家塑造出这么欢乐生动的神龙,大哥好样的”。《烈火英雄》导演陈国辉也惊喜到场,称赞“电影很好看,能看到中国动画里出现很多前所不见的细节,真的非常好”。

电影《许愿神龙》由北京耀莱影视文化传媒有限公司、腾讯影业文化传播有限公司、索尼动画、倍视文化传媒有限公司出品,哥伦比亚电影制作(亚洲)有限公司联合出品,影片将于2021年1月15日上映。(木夕)

编者按:今年将迎来中国共产党成立100周年。一个世纪以来,中国共产党带领中国人民在实现中华民族伟大复兴的历史进程中书写了改天换地的壮丽史诗,以无可辩驳的事实彰显了社会主义文化建设的鲜活生命力。十九届五中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》,从战略全局高度对文化建设作出规划设计,明确提出2035年建成文化强国。这对中国电影提出了新的更高要求。新年伊始,中国电影报开设“名家访谈”专栏,邀请电影界专家学者,研究探讨中国电影贯彻落实党的十九届五中全会精神,不忘初心、服务人民,革故鼎新、创新发展,切实担负起建设文化强国、电影强国的历史使命和责任担当。

认清形势担使命
奋发有为攀高峰

——专访中国电影评论学会会长饶曙光

2020年12月2日,《中国微电影历史使命与国学优秀传统文化》专题研讨会在北京梅地亚电视中心召开。会议期间,中国微电影大典组委会主席陈文府专访与会嘉宾、中国电影评论学会会长饶曙光,就中国电影机遇与挑战、责任与担当、现状与未来等问题进行思想交流。现摘其要点刊发,以飨读者。



陈文府(右),国防科技大学硕士学位、国家一级人力资源管理师、中国微电影大典组委会主席;饶曙光(左),电影理论家、中国电影评论学会会长、中国电影家协会原秘书长。

陈文府:当下中国电影发展机遇十分难得,面临挑战也非常严峻,您认为电影人的自信在哪里?

饶曙光:我觉得,新时代电影人的自信至少来自三个方面。

第一,来自于文化强国的“时代大势”。党的十九届五中全会对“十四五”期间繁荣发展文化事业和文化产业作出全面部署,提出2035年建成文化强国战略目标,给出了明确的时间表和任务图。而在文化强国建设战略中,电影强国建设处于排头兵位置,甚至在某种程度上发挥着“急先锋”的作用。广大电影工作者不忘初心,苦练内功,乘势而上,顺势而为,一定能够筑就电影艺术新高峰,肩负起伟大时代赋予的新使命。

第二,来自于风景独好的“特有优势”。“十三五”时期,中国电影市场呈现出积极健康、蓬勃良好局面,截至2019年6月,城市电影票房突破600多亿元;全国电影银幕总数稳居世界首位,数字化水平全球领先,城市观影人次增长至17.27亿,农村数字电影订购突破1亿场。2020年,在新冠肺炎疫情全球范围持续蔓延的情况下,中国疫情得到有效预防控制,中国电影风景独秀,冲击成为全球电影市场发展“主引擎”的前景是被广泛看好的。

第三,来自于业态融合的“朝阳趋势”。伴随信息技术发展浪潮,尤其是5G技术的迅猛发展,“大电影”与“网络电影”、“大影院”与“微影院”等业态深度融合,实现了良性互动,包容发展。截至2020年11月底,爱奇艺、腾讯视频、优酷三大平台共上线新片600余部,票房千万以上的达60多部,单片最高票房超过5600万。一些网络电影作品的内涵和品质完全可以与电影院电影媲美。微电影“逆袭”而上也迎来发展新机遇。

陈文府:中国电影评论学会在电影界有着“智囊团”和“风向标”的作用,您作为学会主要负责人,认为今后的努力方向是什么?

饶曙光:中国电影评论学会作为党

的文化事业战线中的一分子,始终以党的旗帜为旗帜,将思想政治引领作为首要任务,对中国电影发展及时提供高质量的参考建议。当前和今后一个时期,中国电影人尤其是中国电影理论批评工作者要重点学习贯彻党的十九届五中全会精神,深入了解人民群众对电影作品的诉求,积极回应人民群众对优秀电影作品的期待,期盼,真正担负起建设电影强国建设的历史使命和时代重任。

一是对焦文化强国目标,全方位推进电影强国建设“新基建”。建议票房分账比例多向制片倾斜,逐步形成合理优化利益平衡的电影产业结构;加大对电影编剧创作的支持,特别是投资力度上的支持;提升电影创作生产的集中度和稳定性,真正实现电影的高质量繁荣发展;拓宽创作人员的创作空间,源源不断为中国电影输送新鲜的血液与精神活力。

二是有效匹配互联网思维,高效实现“技术赋能”。一方面,要从影片文本出发。坚持正确舆论导向和以人民为中心的批评准则;同时坚持电影理论批评的专业性、学术性,尽最大可能赢得公信力。另一方面,从电影产业发展要求出发。积极倡导、维护和保障电影院的基本利益,根本利益,为整个电影产业的结构优化、生态优化持续不断助力。

三是聚焦版权经济,推进产业体系升级换代。积极发挥包括中国电影学会在内的各学术平台的“电影喉舌”作用,加大版权保护体制的倡议力度,以客观性、专业性、前瞻性的评论话语,促成电影版权保护升级换代,促成以电影版权为核心的“电影新经济”,增强电影企业的抗风险能力和再生产能力,实现电影产业的“深加工”和新的增长点。

四是培育电影人才,深耕电影理论批评体系。建议围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务,培养、培育中国电影批评新力量,培养青年影评人和理论学者树立社会主义核心价值观的书写意识,提升理论批评人才的文化自觉、文化自信,学术自觉、学术自信。

国产动画电影《西游记之再世妖王》定档5月1日

本报讯 由王云飞导演的动画电影《西游记之再世妖王》近日发布新版海报,并宣布定档2021年5月1日。

影片将打破观众对西游故事的传统认知,塑造出一个强悍血性却不被接纳的孙悟空形象,面对佛道不容、三界不容、天地不容的层层碾压,孙悟空

又将何以自处、何以救世、何以面对万劫不复而赴死一战?

据王云飞介绍,影片是在原著基础上派生出的全新故事,除了对孙悟空等主要角色的人设和造型进行了大幅创新,剧情主线也会更加紧凑。而在视觉呈现上,制作团队坚持“立

足传统,打造中国古风”的创作观点,严谨参考唐朝服饰、器具、建筑等元素进行绘图和建模工作,做到有据可依;同时大胆发挥想象,借鉴国画写意风格以及丹霞地貌打造造东方美学场景。

(花花)

曹保平新片《涉过愤怒的海》2021年暑期上映

本报讯 曹保平导演最新电影《涉过愤怒的海》日前宣布将于2021年暑期上映。作为《烈日灼心》后“灼心系列”又一“狠”片,影片用一桩少女被害凶案,剖开嫌疑人与被害人两个家庭背后隐藏的人性真相。黄渤、周迅实现首度合作,先导预告定格一段车祸现场,二人在龙卷气旋过境中拉扯嘶吼,一展影片

的残酷质感,诡异天象下的鱼雨奇观给出巨大解读空间。先导海报中困死衣柜的少女,黄渤饰演的父亲前所未见表情,触目惊心的鲜血图案,将故事的开端、父亲的愤怒及种种的谜团呈现。作为“灼心系列”新作,影片在秉承导演一贯黑色犯罪类型气质的同时,将人性迷局再度升级、制作层面全面突破。

《涉过愤怒的海》促成了黄渤与周迅的首次合作,也是两人第一次饰演成年人的父母。这一次与导演的首度合作,则被黄渤称为“史上最累”,其中涉及长时间海上拍摄,以及诠释大量起伏情感。2008年周迅与导演的《李米的猜想》至今被影迷奉为经典,本次也是两人十二年后再度合作。影片还汇集主演祖峰、张宥浩、

周依然、颜北,特别出演倪妮,将在影片中诠释这桩凶案背后的人性群像。该片由宸铭影业(上海)有限公司、北京标准映像文化传播有限公司、北京云图影视传媒有限公司、天津联瑞影业公司、上海阿里巴巴影业公司、天津猫眼微影文化传媒有限公司、华谊兄弟电影有限公司、上海羽帅管理咨询有限公司出品,北京元气娱乐文化有限公司、深圳市东方富海投资管理股份有限公司、上海咏道资产管理有限公司联合出品。(木夕)

(上接第11版)

院线市场依然是影片成本回收的“主力”
放映窗口期需多方协商、因片制宜

近期,院线和流媒体平台关于影片“窗口期”的讨论引发了诸多媒体关注。起因是华纳兄弟宣布:其2021年北美上映的全部17部电影将同步登陆HBO Max,即在北美院线上映当天也上线流媒体。

在接受外媒采访时,华纳高层表示此操作只针对2021年,目前预计不会持续到2022年和之后的年份,因为他们预估整个2021年北美影院都不能满员开放。采访中还提到,中国、日本等地近期出现了不少大卖电影,影市状况更好,而HBO Max只在美国运营,明年华纳的Max不会在别的流媒体同步上线。通俗地说,在影院开门的地方华纳新片还是在影院上映。

疫情导致电影主要放映渠道缺失,院线电影上线流媒体平台,其实在国内类似的讨论早就进行过。2020年1月,字节跳动旗下平台与欢喜传媒达成合作,在影院因疫情暂停营业的情况下,以不少于6.3亿元的价格获得了原本定档大年初一在院线上映的《囧妈》的独家网络播映权,将该片于春节期间在“头条系”旗下的西瓜视频、今日头条、抖音火山版及鲜时光TV四大平台免费上线,这是国内首例院线电影转线上播映案例。此后,《肥龙过江》、《大赢家》、《我们永不言弃》、《春潮》、《空巢》、《婚姻生活》等多部原本目标院线的电影

转战流媒体平台,也在当时引发了业内争议和院线忧虑。

随着国内影院复工以及上座率的逐步开放,绕开院线上线平台的影片少了,问题的关注点从“院转网”变成了“窗口期”。《妙先生》、《我的机器人女友》、《赤狐书生》、《沐浴之王》等影片,在登陆院线后不久(《妙先生》7天、《我的机器人女友》7天、《赤狐书生》14天、《沐浴之王》20天)就早于之前默认的窗口期(30天)宣布上线流媒体平台,引发了新一轮关于院线市场和平台市场之间关系的关注和讨论。

其实早在2020年2月,电影《囧妈》上线流媒体平台后不久,欢喜传媒负责人就曾对记者表示:《囧妈》于疫情影响下在春节期间上线网络播映是“不得已而为之,是个特例”。多位从业者、专家学者也都认为,现阶段不管是单片付费、高端点播还是保底加分账,都只能是电影在完成院线售卖之后的补充,当下中国观众的在线付费习惯和目前平台的收费方式,并不足以通过点播分账和会员付费支撑院线影片的成本回收。

相对于《囧妈》,同样由欢喜传媒出品的影片《江湖儿女》,上线平台的操作思路更加符合中国电影市场的实际。

2018年9月21日,贾樟柯导演的影片《江湖儿女》在全国院线上

映。10月4日,《江湖儿女》在“欢喜首映”平台上映,当时其全国影院排片已经连续一周低于0.1%,在网络上线的时候对于影院放映已经基本没有影响。

在《囧妈》之后,欢喜首映在2020年独播的《夺冠》、《一秒钟》等院线电影,都是在完成影院阶段放映后才上线流媒体平台。其中,《夺冠》于9月25日在全国院线上映,10月22日宣布密延期至11月27日,在欢喜首映上线是11月27日,《一秒钟》于11月27日在影院上映,12月31日在欢喜首映独播,也是基本完成影院放映周期后才上线。

一位在流媒体平台负责版权运营的人士告诉记者,对于平台来说,院线电影在流媒体平台上线越早对观众的吸引力也就越大,流量、日活和付费用户这些目前平台发展较为看重的数据也更有可能会增长,因此平台自然希望能尽早上映院线电影。但对于片方来讲,只要放映空间能得到保证,院线市场始终是第一选择,在这期间上线流媒体平台会分流院线市场的观众,会影响片方的收益。

“目前的问题是国内院线市场还没有形成差异化放映,每年5%到8%的头部影片能拿走90%的票房,非头部影片想要获得更多收益就必须拓展放映空间和放映渠道。再加上现在院线电影的宣发成本比较高,如果影片能在院线排片低于一定水平的情况下,尽早登陆流媒体平台,合理利用宣发热度,延长影片的生命周期,既不会

影响影片的院线收益,对影片在流媒体平台上的放映收益也能提供不小助力。”

“目前欢喜传媒不仅投资《夺冠》、《一秒钟》等大制作,其实也在投资《平静》这种艺术电影”,有来自平台的人士表示:“目前片方和平台在发行合同签订时都会具体问题具体分析,影片体量不同,在发行策略和发行渠道的选择上也会有所不同,我们现在签版权合同也签得很细,比如正常情况下是30天,但是如果30天之前影片日排片低于1%,或者百分之零点几,上线流媒体平台对于片方、平台、用户来说都是更好的选择,那上线的时间可能会适当前移。”

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中提出:“要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用”。而电影放映窗口期的设置本身就是一个基于市场的商业行为,如果窗口期过长,影片热度不在,流媒体发行收益会受到影响,而窗口期过短,将会缩短影片在影院的放映周期和整个产业链上的收益周期。

罗天文建议,院线电影上线流媒体平台本质上是双赢,但在具体操作中要注意“度”的把握。“需要包括片方、平台、院线在内的各方从影片的具体情况出发,通过充分的协商对话,根据影片特点采取不同的商业模式,进行精细化、具体化、定制化运营。”

(本文中提到的流媒体平台均指长视频平台)