

防范打击虚假影视投资诈骗

傅若清委员:

■本报记者 李佳蕾



败坏。”他说：“真正的电影融资有自己的规律和渠道。不法分子借助电影较大的社会影响力、高票房潜力，给受害人营造投资回报率高的假象，蛊惑那些不了解电影投资的受害者，其带来的社会问题十分严重。”

据傅若清委员介绍，不法分子以明星参演、知名影视公司出品等虚假宣传为诱饵，伪造与电影出品方签订的合同，诱骗受害人投资购买所谓的“收益份额”。甚至将虚构影视投资项目包装为理财产品，向社会不特定公众非法募集资金。片方在发现时会及时发布声明，《流浪地球2》《长津湖之水门桥》及今年春节档的《热辣滚烫》等众多影片出品方都曾发布声明，提示存在不法分子冒充片方进行非法融资，呼吁公众提高警惕、避免上当。”

但是由于不法分子通过网络广告、网站引流、短视频直播等线上方式宣传引流，传播速度更快，波及范围更广，涉案金额也更大，同时，其作案手法具有较强的隐蔽性、迷惑性、欺骗性，如果仅“依靠企业或创作者的自身力量较为有限”。因此，傅若清委员建议：“一是建立统一的电影

出品信息查询平台，让公众可以通过查询公开信息进行甄别，使冒名者无处遁形；二是通过联网治理，对主流社交媒体平台相关内容进行梳理标记并关联反诈提示，最大限度挤压涉诈虚假宣传的生存空间；三是加强反诈宣传，提高广大群众的识骗防骗意识。”

傅若清委员表示，影视投资具有较强专业性，正规的影视投资主要是企业参与，几乎不会面向自然人，“不法分子以影视为名，行诈骗之实，希望大家能够提高防范意识，不让诈骗团伙有可乘之机。”

此外，在谈到火热的人工智能技术时，傅若清委员表示，科技进步为电影带来了更广阔的创造空间，形成了新的市场活力，“中影一直将自己定位于了解、使用AI技术进行电影创新工作，我们不需要研究人工智能的底层逻辑，而是充分利用人工智能技术以项目目标指导实际工作。”今年，中影将继续按照计划，在年内推出二三十部，覆盖多种类型的大中小成本影片，用高质量的电影创作来满足观众的观影需求，用心用情向世界讲好中国故事。

有明星主演，预计票房在7亿元，投资120万元收益可达400万元……如此诱人的电影项目殊不知是“食人花”，不仅卷走了受害人的钱财，也让电影行业的信任度遭遇重创。近几年，电影行业的虚假融资现象频发，不少影片都会发表声明，提示大家避免上当受骗。

在全国政协委员、中影集团党委书记、董事长，中影股份董事长、总经理傅若清看来，这种不法行为“对于电影行业来说是一种极大的危害和

高质量发展的新质生产力 推动人工智能成为中国电影

王平久委员:

■本报记者 李佳蕾



告诉他，你来，我给你做直播。”六天六城近30场路演活动全程纪实，从石家庄到呼和浩特，“我们不仅全程纪实呈现路演现场，更是将电影创作团队的后台花絮、车上访谈等画面放给观众看。”影片所取得的成绩足以证明直播在电影宣传中的重要作用。

面对人工智能高速发展，生成式大模型在视听创作领域开展大量探索，取得一定成果、引发热烈讨论，王平久委员提出了自己的建议：“一是建议加强对人工智能的认识，推动人工智能成为中国电影高质量发展的新质生产力；二是建议加强对人工智能的研究，推动人工智能在电影工业体系建设中发挥积极作用；三是建议加强对人工智能影像人才的培养，为中国电影储备新锐力量。”

除了建议之外，王平久委员在面对面视听创作生成式大模型面前并不畏惧，他提出了自己新的电影宣发构想，“未来，直播和短视频的电影宣发模式也将会被淘汰。我们要做不一样的电影宣发——现在观众看到的是短视频放出电影中精彩的画面，将来我们的宣发将不用任何一帧电影画面，用小短剧的方式进行电影宣传。”他强调，电影始终作为内容消费品，在宣传方面是“犹抱琵琶半遮面”

的状态，要吸引观众注意，也要激发观众走进影院观影的愿望。

同时他还介绍，今年电影频道将有“大动作”，预计于今年推出健全科学专业的电影评价体系，要一改商业平台大数据工具“各自为战”“既是裁判也是选手”等问题。“十八大以来，中国电影市场红红火火，取得丰硕发展成果，逐步形成了有中国特色的电影运行规律。进一步鼓励差异化营销策略，提高精细化发展水平，增强市场化运营能力，需要不断建立健全科学专业的电影评价体系，亟需充分发挥大数据在电影制宣发等方面的积极作用，建立一个权威、专业、全面，避免资本和商业化因素干扰的国家级电影大数据体系。”

他认为对于电影创作者而言，“一方面，通过对影片传播影响力和社会影响力的挖掘，鼓励电影创作者坚持以人民为中心的创作导向，走出小我拥抱大我，更加聚焦作品与观众、与时代、与文化的同频共振；另一方面，大数据体系以全景视角观照电影的综合价值、综合素质，不‘唯票房论’、不‘唯流量论’、不‘唯评论论’，这对于创作者而言，有利于避免附加因素的干扰，更好地聚焦创作本身。”

“早在2017年，我就告诉我的团队，短视频和直播是未来电影宣发重要的窗口。”电影频道节目中心副总编辑王平久委员说。去年暑期档引发热议的《封神第一部：朝歌风云》便是最好的例证。“当时，乌尔善导演的这部影片不知道该怎么去宣发，我就

让中国电影像中餐厅一样『出海』

王瑞委员:

■本报记者 李佳蕾



电影公司对该片故事内容、市场潜力、跨文化吸引力的认可。越来越多的中国电影作品被全球观众看见，电影也愈发成为全世界人民了解真实、立体、全面的中国的窗口。

全国政协委员、北京电影学院教授导演系主任王瑞说，“随着中国电影产业的迅猛发展，中国故事已逐渐走上国际舞台，进入全球视野，我们要更有效地讲述和推广中国故事。”他表示，之前我们通过国际A类电影节让中国故事被海外观众看到，会让更多的世界观众关注到中国电影。但是如果仅仅依靠这一种方式会让路“走窄了”，要充分利用海外庞大的华人社区资源，让更多的中国故事走入他们的生活，把他们当作中国电影和中国故事海外推广的桥头堡，成为中国文化传播的使者。

他以中餐厅“出海”为例，描绘了中国电影“出海”的另一种途径。“在国外最早开设的中餐馆不是针对外国人，而主要是为了照顾华人的味蕾和习惯，为解海外游子的思乡之苦。正是在这样的动机和实践中，中餐才慢慢地在国外餐饮市场站了脚。现在国

外吃中餐的非华人也不少，很多人因此还学会了使用筷子。中餐厅出海的例子告诉我们，如果想传播，首先要站住脚。”

他建议，中国电影可以借鉴中餐厅“出海”模式，在海外传播上首先以华人为服务对象，建设全球华人影院网络。建设初期肯定会面对很多困难，并且形成品牌也需要时间积累，但如果由政府出资或给予当地华人优惠由当地华人出资等方式建设影院，形成全球华人影院网络，这种渗透式的、长期的持续传播会产生意想不到的效果，同时也将增加中国电影的海外票房。“我这个提案仅仅算是一个思路，相关部门对国外的情形、法规可能比我更了解，至于如何突破，也要听取有关方面的意见及反馈。”

在电影内容上他认为，“可以与国内外的制片方和发行公司建立广泛的合作关系，精选高质量、不同类型和风格的国产电影，让全球华人可以与国内观众同步看到最新的国产电影，同时制作更多具有跨文化吸引力的电影和电视节目来讲述中国故事，展示了中国文化的多样性和魅力。”

近日，随着《热辣滚烫》在海外上映引发的热议，让中国电影再次吸引了世界的目光。据数据显示，《热辣滚烫》3月8日北美上映，首映周末票房约84万美元，以最少的放映影院数量冲入北美单日周末票房前十。值得一提的是，《热辣滚烫》是索尼影业在中国大陆首部未参与出品而购买全球发行权的电影，反映了国际

好作品的评价是多元的

甄子丹委员:

■本报记者 李佳蕾



的喜悦，这就说明好的作品有着相似的原因。”那么什么才是好的作品呢？他用提问的方式回答了这个问题，“电影作品中的人物吸引人吗？故事内容有感染力吗？看完电影观众会思考或者片段带回家吗？”

作为一名国际化演员，甄子丹委员不仅在国内出演、制片电影，也参与好莱坞电影的拍摄。在参与电影创作的过程中，他发现中国电影与好莱坞电影的差距也在逐渐缩小，“尽管科技、市场化、内容生产的经验还有我们需要学习的地方，但是能够明显地感觉到，我们正在变得越来越好，而且我相信也会变得更好。”

在与甄子丹委员的对话中，能够深切地感受到他对中国文化的自信。尤其是面对中国电影“出海”时，他觉得不需要过多刻意强调出现中国元素，最重要的还是要拍出“高水平、有感染力的作品”才能够让观众满意。尽管不同口味的观众会喜欢不同的电影，但是他认为，“春节档期间那么多影片都受到了观众

事中去，不论是故事的发生地点、人物生活、服装道具、声音声响，甚至是人物所吃的食物，都将中国元素自然地融入其中，所以必须要将电影拍好放在首位，电影中就会很自然地出现中国元素，并且通过情感流露来打动观众、感染观众，通过口碑相传引起连锁反映让更多的观众看到。”

他还提到影视与文旅的结合，“一部成功的电影，会让大家自然地想去影片拍摄地重新寻找看电影时的感觉。因此，创作者在前期准备时，可以通过剧本、人物、地点等多方面组成一个高传播力的电影项目。”

除此之外，甄子丹委员还透露，今年他刚拍完一部新片希望能够尽早与大家见面。在这部新片中，他将饰演一位检察官，同时这部影片还由他本人导演。对于这部新片，他表示题材很新颖，“因为观众是市场最大的‘老板’，看我的片子也是对武打动作感兴趣，所以在影片中也有一些动作戏去满足观众。”