

# 他们眼中的中国电影70年

只有亲历,才更明晰,最熟悉电影市场的莫过于各个环节的从业者。在逐步进入高潮的第九届北京国际电影节上,多位行业大佬以及专业人士也纷纷亮相,叙述自己与中国电影的故事,而这也恰好反映出中国电影近年来的发展。那么在他们眼中,中国电影市场究竟是什么样呢?

## 第四代导演 谢飞: 在传承中实现飞跃



在新中国电影的前17年,成就中国电影辉煌的是第三代导演,随着工农兵电影的出现,1959年十周年献礼时,有了大批风格多样的优秀影片出现。1978年以后,我们的第四代、第五代开始共同经历电影的繁荣时期。其实从上世纪二三十年代开始,老一辈的电影人就创造了许多成功的经验,第一个优秀传统是家庭伦理片,用家庭命运表现大时代的特点;第二个优秀传统是,电影虽然是一种文化艺术,同时又是一种大众喜闻乐见的娱乐形式。

从当年谢晋导演的《芙蓉镇》、《天山传奇》等影片超10亿的观影人数中就不难看出当时电影市场的繁

荣。尤其上世纪80年代末至90年代初期时,人均进影院次数居世界首位,那时全世界的人均进影院次数是7次,而我们是10次以上。

70年来,中国电影无论是在艺术上还是在商业上都取得了巨大的成就,中国电影不断改进和克服困难,才能够在今天成为世界电影的第二大市场。中国电影想要走向电影强国和电影大国,一定要吸取这70年来的经验教训,继续不断变革。

## 第六代导演 宁浩: 有思想的电影才能赢得观众



新中国成立70年来,电影伴随着技术的革新不断变革,拍摄《疯狂的石头》时,就已经是数字机器拍摄,这大大降低了行业的准入门槛,也是技术带来的便利性和自由度。当时在我的印象中,那是一种充满变革和机会的时代,只要有想法就可以写成故事,可以拍摄出来。

从中国电影过去几十年的发展来看,商业影片评判的标准很简单,就是看票房,但关于文化性评判系统的建立尚有很大的空间。因此,我希望未来在整个华语区内能够有更多、更大影响力的华语电影评论奖项出现,给予创作者在文化性和艺术性电影方面明确的肯定。

电影不仅是一个娱乐产品,更是一个文化产品。实际上这两者之间的关系也很简单,商业化的电影瞄准市场即可,而对想要做艺术性和文化性的电影来说,就去参加电影节。无论是文化性还是商业性,市场都应该给予认可和尊重。未来华语区应该有属于自己的奖项,因此急需标杆式的奖项及电影节站在艺术和文化的角度来发出声音。

## 华谊兄弟副董事长、CEO 王中磊: 5G、AI赋能电影革命



互联网的发展推动了中国电影在消费习惯、宣发模式、生产方式和电影放映平台等多方面的变革升级。

电影的生产尤其是创意部分,是导演艺术、编剧艺术、表演艺术和摄制艺术的综合,互联网在这个环节中更多是提高效率、提供工具,而不能完全取代传统内容生产。作为传统内容生产企业来说,要及时调整心态,以更加积极的姿态拥抱趋势,把握住市场发展的变与不变,实现与时

俱进的发展。

开放融合是必然的发展趋势。无论传统电影还是互联网电影都会受到科技变革带来的巨大影响,5G时代和AI时代带来新的工业革命会让电影进入新的阶段。我确定电影的未来一定是双方在开放融合、互相尊重的趋势下发展成为一体。

## 《流浪地球》导演 郭帆: 内容创作与技术创新不可分割



科幻电影能够有良好的市场反响,我们要感谢这个时代。今天,我们能够看到玉兔登月,有照片传回来,科幻电影之所以能够拥有广泛的认知度,需要有现实背书和我们对航天事业的信心。所以这个时代让我们有足够大的空间,让我们去呈现更多样的影片类型。

创作本身与这个时代和技术是无法分离的,其实我们10年、15年后还会不会用现在这种方式看电影都是一个问题,我相信影院肯定还会在,但电影院会不会像今天的剧场一样变得减少,然后用新的技术,

比如VR的形式或者未知的形式去完成观影体验,这种形式的变化都是需要我们关注的。我们不仅要关注创作本身,还要关注电影形态的变化。

在接下来的一段时间内,我都会继续从事科幻片的创作,这个过程中,我们依然是摸着石头过河,不断总结经验,但《流浪地球》至少让投资人看到了科幻片的可能性,也有更多的资本能去支撑这个类型。

## 国家中影数字制作基地副总经理 马平: 人工智能让电影更有想象力



人工智能是人类社会面对未来的一个全新动力,让我们从所有简单重复的劳动里面出来,让人类更多完成创造性的工作,完成创造性的工作。对于影视行业来说,它将给整个行业带来深远的影响。

首先创意编剧阶段,去年人工智能创作了《哈利·波特》和《看起来像一坨灰烬的肖像》的剧本,这是我们看到在创意阶段,AI所做的一些尝试和工作。而在制作阶段,有些技术则已经很成熟,拍摄摄像机的轨迹都是人工智能驱动的,现场秀也是通过人工智能大数据分析,一些具体的制作环节像剪辑,很多体育比赛等都有人工智能驱动来保证最快的时效性,此外像动作捕捉,涵盖面部捕捉、表情捕

捉,最近的几部电影包括《复联》里的灭霸等,包括声音、内容相关的处理,现在都有人工智能的尝试在里面。此外,项目的立项、研发,背后都有人工智能数据的支撑。

人工智能可以给制作带来很多新工具,起码可以使行业里的从业人员,在一定程度上从简单重复的劳动里面解脱出来,从而把精力放到创意以及更有价值的工作内容上。我们已经看到人工智能带来的技术变革,但能为行业带来更多的可能性,还需要通过内容创作,把我们想表达的东西传达出来。

## 美国电影协会亚太区副总裁兼大中华区总裁 冯伟: 电影最终是消费者为王



中国的票房市场,是现在全世界最值得期待的一个增长点,从银幕数来讲,中国的银幕数领先于其他国家。而中国资本跟好莱坞的合作,从早年参与的一些财务投资,到现在作为一些公司的资本层面的投资,各个形态都在改变。

从中美合作来讲,近几年好莱坞公司在中国除了做发行以外,也在积极参与中美电影和中外电影的合拍,同时中国市场本土的电影公司,包括BAT及其相关公司,无论是在内容的制作方面,还是从技术层面上讲,跟好莱坞公司都有很多可以合作的空间。

一些大的创投项目,通过在技

术层面的合作交流,也能够提升我们产业的水平。这几年中国电影市场正逐步工业化,而这过程中提升空间还很大。

说到最终,还是消费者为王,消费者所需要的内容需要我们做内容的人生产足够好的内容。这是一个做内容的电影人或者电视人最黄金的时代,有这么大的院线市场和平台市场,资本还是会回归到影视行业。面对接下来这么大的发展空间,大家还会沉下心做好内容,给消费者提供更好的服务。

北京商报记者 郑蕊 宗泳杉 胡晓钰