

聚焦“新时代、新趋势、新成就”

——2023中国暑期档电影创作研讨会在京举行

■文/本报记者 姬政鹏



9月11日,由中国电影家协会、中国文联理论研究室主办,中国文联电影艺术中心承办的2023中国暑期档电影创作研讨会在京举行。中国文联党组成员、书记处书记,中国电影家协会分党组书记张宏;中国文联理论研究室主任周由强参加研讨并发言。黄渤、黄晓明、张博、于洲、陈思诚、申奥、段越豪等暑期档影片片方及主创代表,傅若清、饶曙光、袁新文、周宁、丁亚平、皇甫宜川、王雷、胡建礼等一线电影从业者 and 专家学者进行了研讨。中国电影家协会分党组书记、秘书长闫少非主持研讨会,中国文联理论研究室副主任胡一峰,中国影协分党组成员、副秘书长刘冰,中国电影出版社有限公司董事长朱虹子,中国文联电影艺术中心常务副主任宋智勤及中国影协青年会员代表参加会议。

本次研讨会以“新时代、新趋势、新成就”为主题。与会嘉宾认为,暑期档的持续火热,国产电影的持续发力,不仅体现了人民群众对高质量作品的需求,更折射出中国电影人在艺术创作当中的成熟与进取。

与会专家表示,好作品才是硬道理,唯有质量过硬、内容精彩、类型多样,才能真正留住观众。希望各位电影人继续潜心创作,为满足人民群众日益增长的精神文化需求积极奋斗,为推动中国电影高质量发展,实现2035电影强国目标不懈努力。

好作品才是硬道理 青年电影人是中国的希望

中国电影市场迎来了一个火热的夏天。国家电影局发布数据显示:2023年暑期档电影票房206.19亿元,观影人次5.05亿,放映场次3461.7万场,三项指标均创档期新高。档期内,全国单日票房连续72天破亿元,也刷新了全国单日票房连续破亿纪录。

“中国电影和中国电影人正在通过自己的努力,实现艺术创新、产业发展和社会进步的同频共振”。张宏认为,今年暑期档最大的启示,依然是好作品才是硬道理,唯有质量过硬、内容精彩、类型多样,才能真正留住观众。

张宏在发言中表示,今年暑期档影片题材多样,给观众提供了差异化的观影选择,有效丰富了电影市场的供给。这些影片有的在创造性转化、创新性发展当中卓有成效,有的在类型化探索方面作出了新的尝试,进一步拓展了国产类型片的边界。暑期档的持续火热,国产电影的持续发力,不仅体现了人民群众对高质量作品的需求,更折射出中国电影人在艺术创作当中的成熟与进取。

“衷心希望我们的创作者能珍惜良好的政策环境,珍惜当下的产业氛围,珍惜广大电影观众对中国电影的信任和期待。希望广大创作者坚持以人民为中心的创作导向,坚持思想精深、艺术精湛、制作精良的标准,百花齐放、百家争鸣,发扬十年磨一剑的创作精神,因势而动、顺势而上,潜心创作,为满足人民群众日益增长的精神文化需求积极奋斗,为推动中国电影高质量发展,实现中国电影强国文化强国的宏伟目标不懈努力。”张宏说。

周由强表示,今年暑期档的头部和腰部电影,都在关注当代人精神世界和面临的困境,电影人用历史和现实唤醒了传统文化的当代价值,也唤醒了当代精神的崛起。“今年暑期档告诉我们,真正优秀的电影既有艺术性也能赢得市场,而且文无定法、艺无定法,正是各位电影人的创造性,勇敢地探索出了这个火热的暑期档,也找到了中国电影往前走的一条正道和大道。”

这个夏天,多位才华横溢、个性鲜明创作者的涌现同样让行业欣喜。周由强表示,今年暑期档,一大批青年电影人成为了中国电影的中坚力量,这是中国电影的希望,也是中国文化自信的体现,“他们这一代在改革开放后成长起来,具备更加开放的眼光,触摸世界的方式和手段更加多元,理解世界的方式和视角也更加丰富,相信他们在未来能给中国电影带来更多可能。”

暑期档火热的背后 “观众更爱吃中国菜了”

中国电影家协会副主席黄渤是今年暑期档

的“劳模”,不仅主演了《封神第一部》《热烈》《学爸》三部电影,还是《封神第一部》和《学爸》的监制。黄渤在发言中表示,很高兴看到观众在今年暑期档能回到电影院。“市场在变化,观众的口味在变化,创作者的关注点、创作方法和影片的营销方式也在调整,我们的创作者也在适应。”他认为,今年暑期档的成绩表明观众重新开始相信电影,重新把电影作为暑期的重要消费方式,“这也能鼓励更多的创作者拿出更加专业的态度来对待自己的作品。”

黄晓明是中国电影家协会青年和新文艺群体工作委员会会长,在今年暑期上映的《最后的真相》中担任主演和监制。《最后的真相》是导演李太阁的首部长片,黄晓明在发言中坦言,律政题材在中国电影里并不是热门题材,“但它是一个比较感动的东西,导演也是第一次拍电影,如果我不去的话,可能他电影这个梦想就没有了。”他呼吁业界给予青年创作者更多的关注,“电影行业里其实有很多优秀的年轻创作者,不管是导演还是其他的工作者,都需要行业帮助。”

“电影在暑期档取得的不仅是票房成绩,在用户传播上的成绩也令人兴奋。”猫眼娱乐高级副总裁、猫眼影业总裁张博对暑期档电影的传播力印象深刻。她表示,今年暑期档电影在抖音平台的视频播放量比2019年增长了163%,点赞数增长了95%。“以《消失的她》为例,在抖音平台讨论量里有四分之一的数据是来自于电影之外的话题,这些话题在抖音平台发酵之后,非常好地命中了中国观众的当下情绪,并在人与人之间产生了很强的传播力。”

今年夏天,《长安三万里》在中华优秀传统文化的助力下掀起观影热潮。追光动画总裁、《长安三万里》监制于洲将项目经验总结为“中国团队为中国观众讲中国故事”。他说:“我们都是在中国观众长大的,对中华优秀传统文化有着深度的热爱和深厚的包容,通过《长安三万里》我们也看到了中国观众对于这段历史、对于唐诗的热爱之深厚。”他透露,追光动画新作《白蛇:浮生》正在紧锣密鼓创作中,有望于明年暑期和观众见面。

陈思诚是中国电影家协会青年和新文艺群体工作委员会副会长,也是电影《消失的她》的监制。在他看来,今年暑期档国产片表现优异,说明“观众更爱吃中国菜了”。疫情过后,大家对于世界观、个体与社会的关系会有一些重新思考和梳理,我觉得现在的中国观众更加关心身边的事,更加关心能对自己产生影响的内容,所以更愿意选取符合中国味道的电影,所以我觉得电影创作需要更多触达到每一个个体的关注,这值得创作者们深刻思考。”

由申奥导演、编剧的影片《孤注一掷》以35.17亿元的成绩位列今年暑期档票房冠军,在上映前,该片在各大短视频平台的传播力和热度高涨,给行业留下了深刻印象。发言中,申奥分享了《孤注一掷》的短视频宣发经验。他表示,在为短视频选取题材的时候,会选取主创和演员兴趣最大的题材,而不是抖音观众最会点赞的题材,“我们在设计演员台词跟动作的时候,也从来没有想到过这句话会被模仿。”

申奥也认为创作者不能过分依赖短视频平台的流量效应,“可能我的下一部电影不会做热门题材,也不会有大量的流行、经典场面。”他认为,现在观众其实往往更喜欢与自身有关的电影,“只有电影故事人物跟观众的生活深度贴合,能让观众在茶余饭后有讨论的欲望,这个电影才会取得成功。”

电影《力量密码》编剧段越豪介绍了影片的创作经历。该片剧本创作历经两年,做了四稿,“对于讲述革命前辈经历和抉择的影片,这样的初心是必不可少的”。在谈到对影片的预期时,他表示希望片中人物的生平和事迹能够被更多观众尤其是青年观众所了解、所认识,“我参与了几场路演,其中有两场是在浙江和北京的高校里边,影片主创和到场的大学生观众们有过一些交流,看了片子的这些年轻孩子们都了解、理解并认可我们所传达的想法和情感,我感到非常欣慰。”

专家建言中国电影 深入观众、了解观众、赢得观众

在今年暑期,共有140部新片上映,影片数量创2019年来暑期档新高;观影人次5.05亿,对比2022年和2019年分别上升115.83%、0.47%;平均上座率11.52%,对比2022年和2019年分别上升97.60%、1.77%。优质影片的持续供给和观众高涨的观影热情在这个夏天实现了“双向奔赴”。

中国电影集团党委书记、董事长,中国电影股份有限公司董事长、总经理傅若清认为,今年暑期档的火热表现,是这几年来中宣部、电影局带领行业团结协作、承压前行的结果,是投资方、制片人克服重重困难,坚持推进创作、打磨精品的结果,也是发行放映体系共渡难关,在疫情防控政策调整后迅速调整状态、积极响应市场的结果。

傅若清表示,暑期档作品所呈现的时代风貌和审美追求,给中国电影创作者带来了不少启示,“不仅要充分重视文化自信的需求,深度挖掘中华文化的丰富内涵,用好艺术素材,用好博大精深历史文化中蕴藏的创作资源;还要注重创造性转化和创新性发展,超越传统与现代的二元对立,通过表达拓展想象力空间,充分展示电影作为技术与艺术结合体的优势。”

中国电影评论学会会长饶曙光表示,电影归根结底是注意力经济,需要有更多话题和话题来助推电影成为社会热点,这样才能可持续地把观众吸引到电影院来。在引导观众观影的同时,还要不断拓展新观众群体,同时加强对观众审美属性和关注内容能力的培养,让执着于内容创作、追求艺术品质的影片能够得到合理的市场空间。

人民日报文艺部主任袁新文认为,今年暑期档影片类型丰富、品质过硬、叙事精彩、制作精良,有十余部高票房的头部作品,既满足了观众的审美需求,同时又实现了双赢,用实力撑起了暑期档的良好口碑。他建议各位创作者从传统文化中取材时,加大对中华优秀传统文化的深刻认知和深度开掘,充分利用现代技术营造广阔的历史空间,找到创新表达的切入点,找到传统文化与当代价值的契合点,找到古今相融虚实相生的支撑点。

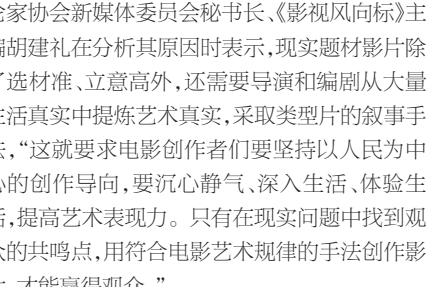
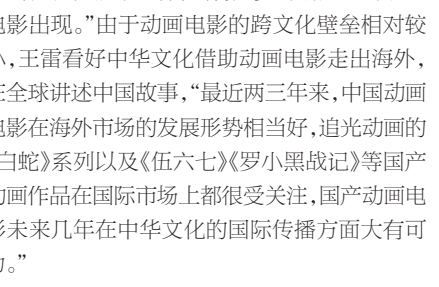
新华社新媒体中心党委委员、副总编辑周宁从各家电影上市公司的财报入手,对暑期档进行了分析。他表示,目前头部电影的出品方中往往包括了制作、院线、宣发、票务平台等产业链的多个环节,“多个产业链环节你中有我、我中有你的现象愈加普遍,大家合力推动电影产业繁荣发展,这符合大多数从业者的期望,也有利于产业的良性发展。”

“优异的票房成绩背后,是现实题材、主旋律、类型片、商业片等类型交叉重叠形成的良性互动”。中国传媒大学艺术学院学部部长、中国高校影视学会会长丁亚平认为,今年暑期的优质影片都是多种影片元素和类型的糅合,“今年暑期良好的市场表现给了创作者很大的鼓励,希望未来更多坚守现实主义原则的创作者和作品能得到观众肯定。”

在中国电影艺术研究中心融媒体中心主任、研究员,《当代电影》杂志社社长兼主编皇甫宜川看来,今年暑期档的市场表现表明,基于中华民族悠久历史与文化以及当代中国社会实践与科技进步的中国电影创作与生产具有充沛的活力和可持续发展的创新能力,也说明中国电影行业近年来创新发展所积累的人才培养、市场能量和市场基础正在得到有效释放,发挥着重要作用。

他还对暑期观众的观影热情印象深刻。在互联网媒介高度发达的传播环境下,观众自发参与电影相关话题传播的热情显著增强,体现着中国电影观众对国产电影的热情和需求的持续高涨,“观众的热情和需求是中国电影持续、高质量发展最重要的动力。”皇甫宜川说。

中国传媒大学动画与数字艺术学院院长王雷表示,《长安三万里》和《茶啊二中》等暑期档动画电影的上映和热卖,开拓了国产电影的题材边界。“我相信在未来几年,中国动画电影的发展面



貌和现在很不一样,会有更多新类型的动画电影出现。”由于动画电影的跨文化壁垒相对较小,王雷看好中华文化借助动画电影走出海外,在全球讲述中国故事,“最近两三年,中国动画电影在海外市场发展形势相当好,追光动画的《白蛇》系列以及《伍六七》《罗小黑战记》等国产动画作品在国际市场上都很受关注,国产动画电影未来几年在中华文化的国际传播方面大有可为。”

《孤注一掷》《八角笼中》《热烈》《学爸》等现实题材影片在暑期深得观众青睐。中国文艺评论家协会新媒体委员会秘书长、《影视风向标》主编胡建礼在分析其原因时表示,现实题材影片除了选材准、立意高外,还需要导演和编剧从大量生活真实中提炼艺术真实,采取类型片的叙事手法,“这就要求电影创作者们要坚持以人民为中心的创作导向,要沉心静气、深入生活、体验生活,提高艺术表现力。只有在现实问题中找到观众的共鸣点,用符合电影艺术规律的手法创作影片,才能赢得观众。”