

# 中国电影资料馆参展第二届海南岛国际电影节 全国艺联“精准招募”观众 档案影片数字化修护焕发活力

■文/本报记者 姬政鹏

12月2日-5日,作为第二届海南岛国际电影节的重要组成部分,首届“H!Market”市场在海南三亚举行。

这是海南岛国际电影节首次设立电影市场板块,来自24个国家及地区的130余家国际及国内优质影视企业机构,共同构成了全产业链影视精品交易市场。来自组委会的数据显示,入驻的展商中,国际代表占比21.25%,国内代表78.75%;影视开发制作公司占比27.56%,宣传发行公司11.03%,影视后期公司4.73%,互联网平台4.73%,文学版权公司7.87%,拍摄基地及外景地代表22.83%,政府机构及非营利组织9.44%,国际电影委员会11.81%。

12月2日,是本届海南岛国际电影节开幕后的第一天。这天下午,中共海南省委常委、宣传部部长肖莺子,宣传部副部长、电影局局长符宣国一行来到本届电影节的“H!Market”市场板块市场展会。在近200个展位中,中国电影资料馆作为“国字头”参展单位,不仅占地面积较大,地理位置也相对“优越”,进门即是。工作人员向肖莺子、符宣国一行详细介绍了中国电影资料馆在全国艺术电影放映联盟和电影文化遗产保护“电影档案影片数字化修护工程”等工作中的努力和相关情况进展。而这两项工作不仅是中国电影资料馆此次参展的推介重点,也是其日常工作的重要组成部分。

## ◎ 全国艺术电影放映联盟 创新影片上映形式,努力吸引目标观众

2016年10月15日,全国艺术电影放映联盟在第十三届中国长春电影节上由中国电影资料馆联合多家电影及文化传播公司共同发起。在三年多的发展中,全国艺联通过专线发行、联合发行、影展放映等不同形式助力了从1922年到2019年间创作的91部中外艺术影片和观众见面,其中专线发行影片19部,联合发行影片37部。截至2019年11月,从100块银幕起步的艺联已经在全国333个城市拥有3028家加盟影院,加盟银幕达到3620块,形成初步规模,在全国的艺术电影观众尤其是一二线城市艺术电影观众中有着较强的知名度和影响力。

艺联的发展是一个在影片上映形式不断探索、发行手段不断创新的过程。

2017年8月25日,《海边的曼彻斯特》在中国正式上映,这是艺联首次尝试专线发行,影片最终取得800多万票房,艺联呼应细分化艺术电影观众群体、进行差异化市场操作的尝试开始得到业内重视。

2018年3月2日,奥斯卡获奖影片《三块广告牌》在艺联专线上映,上映首日覆盖537家影院,974块银幕,全国排片占比0.8%,首周末3天票房突

破1500万元,上座率始终保持在40%以上,最终取得约6500万票房。在《三块广告牌》的发行中,艺联尝试了“专线上映,逐步铺开”的上映策略,从旗下加盟影院开始,通过四个阶段逐步扩大放映范围。在这种策略的助推下,《三块广告牌》的单日排片峰值达到近6000场,极大满足了观众的观影需求。

2019年4月15日,在北京国际电影节“为何与何为——艺术电影论坛”上,中国电影资料馆馆长、中国电影艺术研究中心主任、全国艺联负责人孙向辉发布了全国艺联“2019主题系列”放映计划,表示全国艺联在2019年将以主题系列的形式发布影片上映计划,有别于商业院线影片单独放映的模式,影片之间将通过不同的相关性有机呼应。她希望能够通过创新影片上映形式来逐步形成观众的观影习惯以及对全国艺联的品牌认知。

2019年内,《波西米亚狂想曲》、《音乐家》、《监护风云》、《柔情史》、《罗马》、《撞死了一只羊》等艺联参与发行的中外影片分别通过“雕刻时光”、“艺术人生”、“新锐巨浪”三个系列和全国观众见面,各自取得了不错的市场反响,其中《波西米亚狂想曲》作为“艺术

人生”主题音乐季的揭幕之作,共收获约9900万元票房,刷新了艺联专线发行的票房纪录。

通过长线放映拉长影片上映周期的同时,艺联也开始在精准定位观众方面进行探索。目前,“长线放映+精准招募”成为了艺联的新尝试,长线放映不必多言,而精准招募具体说来,就是对于拥有垂直受众群体的影片,艺联会通过点映平台合作,通过招募观众的方式实现更为精准的长线放映。

艺联的工作人员李晓娜在海南国际电影节展位上告诉记者:“观众可以通过点映平台发起观影号召,平台在审核通过后会留出两周时间给‘志同道合’的观众买票,上座率达标后就能成功开场,购票观众可以在预定时间到达相应影院观影。”

据她介绍,今年9月3日上映的纪录片《零零后》是首部尝试这种放映模式的影片,截至11月中旬,《零零后》已经放映12290场,取得近500万票房。“艺联希望这种放映方式能在延长影片院线生命的同时,提高影院的上座率。”

在链接观众方面,除了精准招募,艺联在原有官方微博、微信公众号、百家号等社交平台的基础上,还联合淘

票票打造了艺术电影用户社区“爱艺之城”,该社区已于8月30日上线,9月6日上映的《徒手攀岩》成为首个入驻“爱艺之城”的电影账号。

在它之后,《达琳达》、《日暮》、《野梨树》、《他们已不再变老》等优秀海外影片,具体定档开售等信息都通过“爱艺之城”社区第一时间触达了艺术电影观众。孙向辉在“爱艺之城”的上线仪式上表示:“我们希望通过‘爱艺之城’社区,为艺术电影爱好者提供更完善的内容获取、交流、分享、消费链路,把更多的优质艺术电影输出给更多的观众。”

接下来,12月12日至22日,全国艺术电影放映联盟将在北京、上海、深圳、成都、南京等5个城市举办“2019艺术新作·冬暖主题影展”。本次影展将分为“远方·回响”、“记忆·旅程”和“凝视·女性”三个策展单元,共有10部尚未在国内公映的艺术电影新作与公众见面,部分影片将举办映后交流活动,影片主创和影评人将现身影院与观众朋友进行深度解析与互动。

其中陈传兴执导的关于叶嘉莹先生的纪录片《掬水月在手》和万玛才旦执导的藏族电影《气球》分别作为开、闭幕影片。而音乐季的另一部影片,聚焦日本音乐大师坂本龙一的纪录片《坂本龙一:终章》也将于12月16日在全国艺联专线上映。

复工作;在第二次修复中,在技术上采用了4K与48帧的修复放映技术,提升修复效果,而在细节上,侯咏在画幅和调色等方面也提出了自己意见,他希望尽最大可能还原、渐近胶片色彩感和当时拍摄时想要的画面效果。

导演田壮壮虽然没有直接参与影片修复,但他也表示希望能找到影片的藏语音轨,使影片显得更加真实、自然。在提出这个想法的后三个月,中国电影资料馆就从法国找到了藏语声音文件并重新制作成5.1声道,这也促成了最新藏语修复版的完成。看藏语修复版的田壮壮表示:“这是我见过的第五代电影所有的修复版里最好的一部。”

据统计,中国电影资料馆从2006年启动电影档案数字化修护工程以来,每年修复影片150部左右,截至目前,共完成修复影片近2500部,其中精修修复310部,4K修复7部。这些修复后的影片一方面会服务于艺术影院、公益放映、电影教学和学术研究,与此同时,经过修复的优秀国产影片还会成为国内外各大电影节、国际文化交流放映的重要片源,为提高讲好中国故事、传播好中国声音以及提高中国文化软实力起到积极作用。

时装设计大师KENZO TAKADA和ENnio CAPAS,波司登国际控股有限公司副总裁朱琳与电影界的女性导演人金萌萌围绕服装设计与艺术创作开启了一段他们对现代服装和电影间影响共存的对话。

以电影经济与时尚品牌的相互推动为线,波司登国际控股有限公司执行总裁梅冬,中国服装设计师协会顾问、原副主席苏葆燕及电影界中国电影衍生产业研究院执行院长张杰等时尚品牌企业家、时尚界、电影界和艺术界等知名人士与专家学者围绕“电影艺术对时尚发展的影响”“电影里的时尚美学”“电影与时尚的未来”等一系列主题展开多维度、多角度的品牌文化深入讨论。(木夕)

## 《中国女排》揭秘郎平陈忠和“热血青春”



本报讯 由导演陈可辛执导,巩俐领衔主演,白浪、彭昱畅主演的电影《中国女排》日前发布青年“和平”版预告,首次呈现郎平、陈忠和在成为冠军教练之前朝气蓬勃的“青春岁月”。陈忠和从陪打教练,到国家队主教练,带领中国女排走出低谷,登上雅典奥运会冠军领奖台。而预告最后,2008年奥运会对战前夕,已成为主教练的陈忠和身影惊鸿一现,风度儒雅的教练陈忠和将由谁饰演?也令人万分好奇。

提到中国女排,大部分人的第一印象都是艰苦卓绝的训练和为国争光的英姿,但赛场下的他们是什么样?本支预告片以轻松有趣的方式,展现出中国女排“不为人知”的另一面,赛场下的他们青春活泼,也是热血少年!预告中,陈忠和多次被球砸

中屡屡受挫,最终情绪爆发怒抢鸡腿的片段,生动有趣让人忍俊不禁,拍摄时他更为此连吃十几只鸡腿。而出演球员郎平的白浪,同样表现不俗,预告中青年郎平以美国名将海曼为目标,暗自立志的模样令人动容,“铁榔头”的锋芒在白浪身上重现。在片方同时发布的一组剧照中,陈忠和为女排队员们读秒、运球、模仿世界名将开展针对性训练,越发具有教练风范,在帮助中国女排首夺世界冠军后,女排姑娘们将他高高抛起庆祝的画面,又让人忍不住会心一笑。女排姑娘们既有少年人的调皮,又有世界名将的气度,无论哪一面都让人心生喜爱。

电影《中国女排》将于2020年大年初一上映。(木夕)

## 《紧急救援》展现中国救捞人英勇无畏

本报讯 首部聚焦海上救援题材的电影《紧急救援》近日发布守护主题海报,海报用精准数字解读救援过程的艰辛和救援现场的艰险,展现了救援小队敢于出生入死捍卫生命的勇气和无畏。影片同时发布了“分秒必争”版预告。

《紧急救援》塑造了一群有血有肉的海上救援人物。在林超贤眼里,《紧急救援》之所以诞生就是为了记录这群上天入海的无名英雄。“这群人出去救人,敢和强大的大自然力量相抗争,让你觉得他们随时都会没命。”但事实上,他们也不过是有血有肉的普通人。林超贤导演在筹备阶段就了解:每个救捞人背后都有自己的感情和生活,却愿意冒着生命危险去拯救另一个生命,这是很伟大的。所以为了完整展现救捞人真实的工作和生活,林超贤导演将在影片中的人物刻画多着笔墨,为观众呈现丰满生动、有血有肉的救捞人形象。

首次饰演救捞员的彭于晏和王彦霖也被这个职业背后的精神所感动。在聊起这个话题时,彭于晏说:“每次出任务都有可能再也见不到他的朋友家人,一般人没法想象他们的精神压力有多大。”王彦霖却用了一种特殊的比喻方式来解读:“我觉得他们身上的精神就像父爱母爱,因为他们会把每一个被救者都当成自己的孩子。父爱母爱对孩子来说是无私的,但当这些救援队员去救人的时候也是无私的。”

## 扫清传统宣发路演顽疾 灯塔推出“冲击播”线上路演平台

本报讯 一场好电影要多少场路演才能有一个好票房?被困扰已久的行业,将有望在“灯塔”的指引下冲破迷雾。

日前,阿里影业在第二届海南岛国际电影节期间召开发布会,正式推出了灯塔“冲击播”线上路演产品,针对传统路演的时间周期长、工作强度大、效果难以评估等问题,给出了“话题+口碑+票房”的三位一体的互联网宣发解决方案。

“冲击播”线上路演平台,由阿里影业旗下的数字化宣发平台灯塔发起,通过联动淘宝直播等阿里生态资源,为行业提供了数据化、可视化的宣发解决方案,能够实实在在地为电影带来购票转化。

对于电影宣发来说,一部电影至少要进行30到40场路演,不仅耗时耗力,对于结果也很难明确地评估。在这种背景下,用直播的形式来为电影做线上路演,这将成为未来电影宣发的必选项。“灯塔宣发平台总经理袁娟介绍。

袁娟在现场表示,作为阿里影业开发出的创新宣发形式,“冲击播”联动了阿里巴巴集团生态资源,打造了一个全新的“内容电商+电影宣发”的联合阵地。通过该创新产品形式,影片主创能够免去传统线下路演的舟车劳顿,而转到线上与淘宝当红主播同框,更高效地进行电影的宣发和营销。



《紧急救援》由林超贤执导,梁凤英监制,将于2020年大年初一正式上映。(杜思梦)

最近的一场“冲击播”就发生在12月4日晚,电影《南方车站的聚会》主演胡歌、桂纶镁以及导演刁亦男来到了李佳琦的淘宝直播间,在线上完成了一次路演。结果当晚在线销售的25.5万张电影票在6秒钟被一抢而空,活动直播间观看人数达到636万,互动量超过了3500万,胡歌武汉话#等话题登上微博热搜,多个话题在抖音成刷屏之势。此前,《受益人》主演大鹏和柳岩做客薇娅的直播间时,通过将内容策划和直播结合,使预热物料曝光量达到了“2亿+”。

在“冲击播”线上路演产品发布会现场,灯塔还与淘宝直播MCN机构达成了战略合作。谦寻、集淘、纳斯、构美、梵维等多家淘宝直播MCN机构代表到场参与了产品发布。未来,淘宝直播全面入驻“冲击播”宣发平台,也标志着“灯塔×淘宝直播”的全面打通。

数据显示,去年淘宝直播平台带货超过1000亿元,同比增速近400%,创造了一个全新的千亿级增量市场。经过三年的积淀,越来越多的行业被淘宝直播改造。

此次“灯塔×淘宝直播”所达成的全新合作,是阿里文娱资源与集团生态紧密合作的一次全新尝试。从《受益人》《南方车站的聚会》线上路演开始,阿里文娱开创了一条“品效合一”的线上宣发通路。(木夕)

## 海南岛国际电影节聚焦电影与时尚融合发展



本报讯 从电影被发明以来,时尚和电影就一直有着不可分割的联系,每一部经典电影都是时代影响力的代表。第二届海南岛国际电影节推出“电影与时尚融合发展论坛”,跨越电影和时尚两界促进当代文化产业的大融合。论坛特邀国内外知名的政府、电影、时尚领域的代表开展了一段跨界对话。

在近几年的时尚圈中,品牌间的联名不断被大众所推崇追逐,国潮涌起又是近几年中国亮相世界的新趋势。作为本次论坛的亮点核心,国际