

产业化以来的电影创作风潮流变： 高工业大片引领市场 现实题材成中流砥柱

■文/本报记者 赵丽

2002年,张艺谋的《英雄》横空出世,宣告了国产商业大片时代的到来。接着,《十面埋伏》、《天下无贼》、《功夫》、《满城尽带黄金甲》等不断掀起大片热潮。2009年,集结了172位知名演员的《建国大业》开启了主旋律题材影片商业化模式。同系列的《建党伟业》、《建军大业》在延续明星路线的同时,继续有意识地探索主旋律影片的类型化和商业属性。2016年的《湄公河行动》(11.86亿)、2017年的《战狼2》(56.84亿)、2018年的《红海行动》(36.51亿)等接连引爆市场。至此,中国电影打开了新主流商业大片的全新局面。

2011年,《失恋33天》、《观音山》、《钢的琴》等中小成本电影的出现,带给电影市场太多的惊喜,打破了中国电影长期以来“大片”一统天下的格局。2019年,《流浪地球》应运而生,这部用中国文化内核支撑的电影工业大片填补了“国产硬科幻电影”的空白……

经过多年的发展,中国电影市场不仅涌现出了不少好作品,也涌现出不少新人。产业化近二十年来,电影人坚持以人民为中心的创作导向,在现实主义创作上成绩斐然,《红海行动》、《我不是药神》、《找到你》等一批优秀影片深刻地反映了现实,引起了观众的强烈反响;反映电影工业实绩的类型电影《无双》、《唐人街探案》系列、《捉妖记》系列、《超时空同居》、《流浪地球》等既取得了不俗的票房成绩,又表达了主流的价值观念;探索电影语言和人性深度的《无名之辈》、《爆裂无声》等艺术电影表现出创作者的不懈追求。

这些影片的出现无疑表明,中国电影市场不断趋于成熟和电影产业化改革和实践初见成果。中国电影评论学会会长饶曙光表示,中国电影正在从产业增长的黄金十年走向质量提升的黄金十年。中国电影正在进行结构性调整,通过行业重整淘汰无效资源、无效传播的电影生产,形成稳定有质量保障的生产体系。

《英雄》开启商业大片序幕 《建国大业》引领主流大片风潮

产业化以来,中国电影实现了长足发展。无论是电影产品的数量,还是电影创作的质量;无论是国内市场的占有份额,还是国际影响力,均有了很大幅度的提升。

《英雄》一举拿下2.5亿元的骄人成绩,荣获香港电影金像奖7项大奖,并成为首部在北美市场大规模上映的中国内地导演执导影片,正式标志着国产大片时代的来临。

2004年,《十面埋伏》、《天下无贼》、《功夫》的先后上映,再次掀起了电影市场热潮。这一年,汇集刘德华、金城武、章子怡的《十面埋伏》摒弃贺岁档,转战暑期档,意气风发地拿下1.56亿元票房。该片也将第24届中国电影金鸡奖最佳美术奖,第11届中国电影华表奖市场开拓奖、优秀女演员、优秀电影技术奖收入囊中。

同年底,冯小刚导演,刘德华、刘若英、葛优主演的《天下无贼》揽获1.2亿元

票房;接着,由赵薇主演、周星驰导演的《功夫》上映,票房是亮眼的1.7亿。《功夫》也获得第24届香港金像奖最佳影片、最佳男配角等奖项。

有了一众“珠玉在前”,这一阶段,商业大片市场上,诸多影片坚定信奉“大明星、大投资、大宣传、高回报”的运作模式,制片公司更是大胆加入角逐行列,开拍大片,投资、演员阵容开始不断攀升,而在题材上,却依然以古装动作作为主。

2005年,香港导演徐克拍摄的《七剑》“剑指”暑期档,集合了黎明、甄子丹、杨采妮、陆毅、金素妍、孙红雷等知名演员,观众群涵盖内地、香港地区、台湾地区、韩国等,可见徐克北上之后首次拍大片的“野心”。这部被寄予厚望的影片,最终票房止步于8400万。

进军当年贺岁档的《无极》是“好莱坞电影模式”是否能本土化的试水作品,该片初期的营销可谓“犹抱琵琶半遮面”,吊足众人胃口。该片也取得了1.75

亿的票房,但却引发了巨大的舆论争议。此时,观众已对“明星”云集的同质化大片出现了“审美疲劳”。

到了2006年,香港影人继续“北上”,于仁泰的《霍元甲》、张之亮的《墨攻》分别取得了1.05亿元和6700万元的成绩。同年,冯小刚加入“大片”阵营,其执导的《夜宴》票房为1.3亿元,不过口碑相比之前下滑明显。这一年,张艺谋带着《满城尽带黄金甲》再战贺岁档,取得2.9亿元的票房,但口碑却与他的首部大片《英雄》相去甚远。

2007年,陈可辛执导的《投名状》、冯小刚导演的《集结号》这两部大片取得了口碑票房双丰收,也让观众改变了国产大片只有华丽的场景、没有好故事的印象。

到了2008年,这一年的关键词是“井喷”,《长江七号》、《画皮》、《功夫之王》、《大灌篮》、《赤壁(上)》、《非诚勿扰》、《梅兰芳》等8部票房过亿的大片内地票房就

近20亿。随着《赤壁(下)》的热映,红红火火的2009年华语电影拉开序幕,2009年是新中国成立60周年,献礼片《建国大业》以一种全新的模式打造了主旋律影片,开启了主流影片类型化的“篇章”。谍战片《风声》、战争片《南京!南京!》则开创了国产影片新类型。除了献礼片,无论是《赤壁(下)》、《白银帝国》,还是《花木兰》、《十月围城》、《风云2》、《三枪拍案惊奇》,国产大片还是古装大片的天下。

对于电影市场而言,2010年大丰收的一年。占据市场主流的仍是大片,《唐山大地震》斩获票房6.49亿元,《让子弹飞》6.36亿元,《赵氏孤儿》1.95亿元,《山楂树之恋》1.44亿元,《非诚勿扰2》4.71亿元,《狄仁杰之通天帝国》2.86亿元。

2011年,大片依旧云集。张艺谋的《金陵十三钗》(5.92亿)、徐克的《龙门飞甲》(5.39亿)和尔冬升的《大魔术师》等大片在贺岁集结,意味着中国贺岁电影已

经从娱乐至上走向了滋养身心。但是,诸如《新少林寺》、《关云长》、《战国》、《画壁》、《白蛇传说》、《倩女幽魂》等多部大作影片,虽各有各的噱头,但均未达到预期的轰动效应,所谓“视觉盛宴”,观众不但不买单而且还提出了诸多质疑。这些影片拥有大魔幻、大战争等宏大元素,特效制作也无不精良,但题材重复、剧情漏洞百出……这些商业大片的市场“失利”,也传递了这样的信息:大片不能单靠制造大场面、启用大明星和运用高科技等博眼球。随着人们审美需求的日益成熟,商业元素的拼凑,再难以赢得观众。

中国电影家协会副主席、清华大学教授表示,大片的危机恰恰说明,中国电影依靠一两部影片支撑的金字塔结构正在转变为一个更稳定的梯形结构,“以主流大片为支柱,类型片为基础,中小成本影片为补充的影片生产格局正在逐渐成型。”



主旋律影片类型化 主流价值观融入故事接近观众

2009年是新中国成立60周年,献礼片《建国大业》以一种全新的模式打造了主旋律影片,开启了主流影片类型化的“篇章”——172位明星的加盟,为影片赢得了强大的票房号召力,在中老年观众走进电影院回顾历史的同时,也让更多年轻的“80后”、“90后”在影院中获得了“数星星”和学历史的双重享受。该片上映当天即获得1500万元的票房,首周突破1亿,累计票房高达4.2亿,创造了“华语电影嘉年华”。同年上映的谍战类型主流影片《风声》、战争片《南京!南京!》则开创了国产电影新类型。

《建国大业》开启了主旋律电影的转型之路,同系列的《建党伟业》、《建军大业》在延续明星路线的同时,继续有意识地探索主旋律影片的类型化和商业属性。

次年,冯小刚导演的《唐山大地震》再接再厉,再度谱写主旋律商业影片新

篇章,拿下6.49亿元票房。此外更引人关注的是,从这一时期开始主旋律影片背后也有了更多民营影视力量的深入参与,如《建国大业》背后有博纳影业的身影,《集结号》、《风声》、《唐山大地震》等影片背后则有华谊兄弟的主导力量。

2011年,也是电影产业化十年。这一年,国产电影类型多样、内容丰富,在全方位、多元化发展的道路上,又迈出了坚实的一步。2011年国产电影很好地发挥了文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的作用。票房和口碑也验证,2011年叫好又叫座的国产电影,无不是“文化自觉”的生动体现。

2011年适逢中国共产党建党90周年和辛亥革命100周年纪念,以此为题材的作品大量涌现。其中,《建党伟业》和《辛亥革命》两部作品,表现尤为突出。《飞天》、《秋之白华》、《杨善洲》、《守望天山》等一些作品也产生了良好的社会影响。

党的十八大以来,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,中国电影迎来了“黄金机遇期”,创作活力持续迸发,市场规模迅速扩大,电影生产力空前提高,呈现健康发展、欣欣向荣的良好局面。

2012年,《忠诚与背叛》、《雨中的树》、《生死罗布泊》、《南平红荔》、《冰雪11天》、《索道医生》等一批弘扬社会主义核心价值观的电影涌现,隆重庆祝党的十八大胜利召开。

2014年底,徐克牵手博纳影业,打造了《智取威虎山》,将红色经典进行了现代化的转化,并用3D技术进行呈现,最终斩获近9亿票房。

2015年,吴京导演处女作《战狼》4月2日公映,这部讲述特种兵的影片一举拿下5.45亿票房,成为大“黑马”。

2016年的《湄公河行动》(11.86亿)和2017年的《战狼2》(56.84亿)接连引爆

市场。至此,中国电影打开了主旋律商业大片的全新局面。

而《红海行动》则在2018年春节档上映,累计票房达36.51亿。几次市场壮举之下,主旋律电影站上了历史新舞台,同时也吸引整个市场向这一领域靠拢。

2019年是新中国成立70周年,在国庆档上映的《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》三部作品,以及《决胜时刻》、《古田军号》、《红星照耀中国》、《烈火英雄》等重点献礼片都取得不错社会效益。

伴随着主旋律影片的崛起,绝大多数电影作品更加贴近观众情感与审美需求,也更加贴近市场和大众期待。这种创作态势标志着电影制片方与创作人员已经意识到贴近实际、贴近生活、贴近群众的必要性,标志着主流文化与主流价值观在电影创作中已经占据了主导地位。

近年来,一大批弘扬社会主义主流

文化与主流价值的优秀影片,不仅收获了丰厚的市场回报,更获得了广大观众的良好口碑。从新中国成立70周年献礼所创造的良好气氛,到层出的国际国内社会大事件激发的民族向心力和民族责任感,电影创作、生产投融资渠道的拓展、社会文化环境以及各级宣传机构支持力度都在助推着电影创作和电影产业的同步发展,主流影片的创作与投资生产出现了一个新的势头。

与此同时,流行、时尚文化也自觉地向主流文化、主流价值观靠拢,二者的融合成为文化市场的一种新的可喜的现象。经济层面的投资保障与各级政府的大力支持,文化层面上主流价值观强大的感召力与市场空间对主流文化的期待,这一切都造就了主流影片新的崛起势头。这种势头正在给予中国电影人和中国观众以更坚定的信心和更美好的期待。

(下转第7版)