

(上接第4版)

傅若清(中影集团党委书记、董事长,中影股份董事长、总经理): 用真诚换取真诚,用尊重赢得尊重



在充满不确定性的当下,为新力量建言,是一件不容易的事。因为青年人想听到的,是行之有效的经验之谈,是通往成功的正确路径,而面对复杂多变的市场,所有技巧和套路都是不堪一击的。对观众、对创作的真诚,对电影事业的热爱,才是最本质、最持久的力量。

坚持艺术理想,并不是将个人意志、自我表达凌驾于观众之上。只有从观众的需求出发,把观众的期待与感受摆在个人艺术追求与商业回报的前面,才能用真诚换取真诚,用尊重赢得尊重。

青年电影人要学会把自己摆到观众的位置,以观众来校准自己的认识和表达,训练自己的感知力、共情力、创造力,才能找到属于自己的钥匙,把对世界的深切感悟、对

人性的入微洞察、对艺术的不倦探求转化为让观众可知可感的电影语言,才能真正打开通往好作品的那扇门,做到“为人民抒写,为人民抒情,为人民抒怀”。

去年,中影启动了“中影青年电影人计划”。截至目前,已从近千部剧本中筛选出十余个项目进入创作,并签约十余位青年电影人。我们满怀期待,希望以中影的一份力量,给新力量提供更好的舞台,在这个过程中,也帮助青年电影人更好找到方向,实现理想。我们期望的“新力量”,应该是不拘一格的,不被旧话语、老观念所框定,不迷失在“复制爆款”的逻辑里。应该有独属于青年人的风貌与品格,不唯名利、不存偏见。应该尊重观众,尊重市场,守护好观众对电影的信任,市场对电影的信任,让电影与观众的联结越来越紧密。

冉平(《封神第一部》编剧):关注日常 深入观众



多年的从业经验告诉我,现在观众需要的不仅仅是讲好一个故事,还有创作者对于一个故事的思考,对于一个故事的思考是作者创作这个故事所要投入的情感和创新的切入点。在创作中,技巧不能解决所有问题,更多是对当下现实的思考。从我个人来讲,有一些东西是恒久不变的,比如说传统文化当中很多的东西,经过很长的时间,中国人的情感方式,中国人对日常生活经验的理解,是恒久不变的。

我个人创作过程当中,想的也是这一点。从最早好多年前写过《一代天娇成吉思

汗》这部片子,国外评论说这部电影写的是两个女人和一个男人的故事,它说的就是关于我们中国人或者是东方民族关于母子情、夫妻情,兄弟情独特的理解。

建议青年创作者深入观察观众,注重市场的要求,要扩大观众面,必须要深入观察思考。希望有更多的青年人参与到电影创作当中来,在创作上大胆创新,对现实有独特的理解和思考,使我们的创作焕发出更大的活力,有更多的新意,更独特的风格,跟当下的青年观众产生更多的共鸣。

陈祉希(万达电影股份有限公司董事长、总裁): “时光青春跃幕计划”为青年影人保驾护航



企业要生存,产业要发展,必须是良性的循环和发展,创作力断层、商业成功的年轻导演减少,我觉得它和大环境有关,这两年观众在流失,电影对年轻人的吸引力变弱,一系列行业问题亟待解决。我们正在推出“时光跃幕计划”,希望能够打造一些新的模式,更好地服务和陪伴青年导演、青年创作者,让他们的作品能够以最快的速度呈现在大银幕上,也能够让投资方用最小的试错成本拿出更多的作品。“时光跃幕计划”提供了“1+1”的模式,幕后会邀请一位经验丰

富的人给新导演进行把关和指导,也会邀请一位实力演员,一位新鲜面孔同台演绎,为那些追逐梦想的年轻人保驾护航。

这个计划是一个从互联网到影视产业放映端结合的新模式,它还是短片连接长片的新计划。一个几千万的长片投资风险非常大,我觉得应该从短片开始,根据短片上映后观众的反馈,来启动未来的长片孵化,以此为新人提供短片先导的实验机会,为新力量增添更多的可能性和保障。

郑志昊(猫眼娱乐 CEO):给观众最直接的观影理由



经历过今年暑期档,我们感受到内容宣发“出圈”难,观众注意力更多元。我们还发现,如今观众对电影的话题讨论更热烈,自主表达的意愿更强烈,观众的观影喜好越来越个性化,这些声音作用到电影上会产生非常快速且重要的影响,很多电影还没上映甚至刚起宣,就已经面临了很多围绕电影内外的讨论,这也让后续营销压力倍增。

面对这些情况我们有一些思考。在创作环节,我们要创作和观众更贴近的作品,共同挖掘贴近观众真实生活,让观众共情、给观众极致观影体验的好片子。这里的“极致”,不仅指创作上的极致,也是极致的共鸣和情绪价值,归根结底,就是要给观众最直

接的观影理由。

在宣发环节,我们不仅要更贴合影片本体的宣发,更要让观众共情的宣发,要从影片本体撬动社会向“破圈”,吸引不同地域的观众陆续进场,并针对影片的即时反馈做动态调整。

在观众表达和舆情方面,我认为首先要正视观众的多元表达,同时也需要重视舆情的严重性和复杂性,片方创作者和宣发方应该从观众的视角出发,在与观众沟通时注意尺度,理解不同的声音,也要及时建立与kol、观众之间平等、真诚、有效的沟通,用心聆听意见,做好合理的引导和及时的调整。

李捷(阿里影业总裁):以“头部巨制”赢得观众



观众是当下中国电影市场的重要组成部分。数据显示,2024年暑期档,年轻观众占比自2020年以来首次回升,但人均观影频次从去年同期的1.85次下降至1.6次。

同时,我们发现观众对影片的评价行为在悄然发生改变。购票平台数据显示,今年暑期档,“未购票评论”数量有所提升,有更多网友将评论行为前置,在看电影之前就对影片进行了点评。同时微博、抖音电影热度均有所下降,并且部分电影热搜与内容本体相关性不高,很多网友已经在讨论更多电影本体之外的信息,在娱乐渠道、娱乐方式多元的当下,电影的部分宣传动作并没有激发

网友对电影本身的兴趣。

我们认为,当形式多样的内容消费都在争夺用户有效注意力时长,电影人更需要极致放大电影艺术的独有价值,以真正具有“电影感”的“头部巨制”赢得观众。今年,阿里影业有《东极岛》《镖人》《群星闪耀时》《抓特务》四部“头部巨制”先后开机,这体现着我们与众多合作伙伴对中国电影创作者的信心、对坚守中国故事的决心。

未来,我们会继续坚定投入头部巨制,坚定支持年轻导演的成长,加强与全球优质电影的紧密交流、引进合作,坚定维护产业良性发展秩序。

于超(首都电影院常务副总经理):档期合理协调非常重要



今年碰到很多的影片临时调档和撤档,这非常不可取。要给影院和观众稳定的上映信息,才能够让放映场所和观众的观影有计划地提前安排。档期的确定以及档期合理协调非常重要,现在的影片内容放到全年层面上,绝不是说充足,如果主要的影片都集中在重点档期,必然会造成平时的档期“吃不饱”,重点的档期“吃不下”的情况,重点合理分配内容资源,精细化引导市场也非常重要。

建议片方加强影片的营销、宣传、推广,如果想让观众来影院看电影,从业者应该“主动出击”。当下信息爆炸时代,精准有效

的触达以及分阶段有侧重的投放,其实对于我们的发行和放映工作来说非常关键。出场就是“王炸”,一定能够最大程度博取观众的眼球,因为现在的影片非常多,平均每家影院也就是六七块银幕,一天排多少场电影都能算得出来,所以出场“王炸”对于抓住影院的排片空间来说非常关键。

中国电影市场一直在螺旋式上升的趋势,上升发展是不变的方向,我们现在可能遇到一些停滞和发展缓慢的现象,但是我觉得只要大家齐心协力,中国电影依旧能够大步向前。

何念(《我才不要和你做朋友呢》导演): 通过话剧舞台“实验”成就电影梦想



我是从话剧的舞台上走到电影行业的,从我有想拍电影的想法到今年夏天,我的第二部电影

《我才不要和你做朋友呢》刚刚上映,探索的十年间,凭借的只有不懈的努力和一直没放弃的坚持。

我觉得是不是可以让更多电影公司的投资人、监制、制片人,有更多的途径去熟悉一个青年导演,是不是可以有更多的方式渠道让一些青年导演被看到。如果市场能让更多导演第一部作品的机会,也许这个“十年”就可以更短一点。

作为电影的新力量,其实我自己更愿意去来做一些实践上的表达,《21克拉》《我才不要和你做朋友呢》这两部作品也是通过我自己的话剧舞台先做“实验”,然后转化到银幕上,我日后也会继续用这样的方式,通过话剧舞台来实现故事,然后在得到一些基础观众的认可之后,将它变成大银幕的作品。我觉得这样的方式能加速电影故事的优化程度,同时发挥了我自己将两门艺术融合的特长,对我来说是在最快的时间当中能生长,完成出一部电影的方法。

钟鼎(《落凡尘》导演):从学生毕设到动画电影



电影导演对于我来说是新的身份,我本是一个高校的老师。从学校走入电影工业,老师变成导演,从象牙塔中走出来看电影是怎么样的故事?是大学老师又读了一遍大学,电影创作时间正好是四年,我非常收获。

《落凡尘》是从学生毕业设计孵化动画电影的,其间,我们也和咏声动漫进行了一次校企合作,我初始的想法是希望学院中的创意被更多人

的看到,暑期我也“圆梦”了,电影能够上映迈出了第一步,我们也是国内首次从学生的毕业作品孵化成电影项目的案例。

在创作中,我们努力做了很多的创新,在选材上我们并没有选“封神”“西游”这样的大IP,我们发掘牛郎织女的故事,相当于填补了创作的空白。我们也创造了线和织女为主体的新神话世界和二十八星宿,这些对于观众来说也是很新鲜的。

《落凡尘》项目经过2000多位艺术家参与,50多家外包公司一起努力,最终得以上映。电影上映后我能感受到观众对我们的认可和喜爱,我们的口碑也确实还可以。也能感受到观众对我们影片的文化认同,同时更新对自己的认知,不仅仅能做好一个老师,也能做好导演的工作。

虽然影片市场表现并不尽如人意,这也是市场“上的一课”,我对市场特别陌生,确实也有一些疑虑、一些疑惑,未来会好好进行复盘和反思,做一些总结,希望能为未来的创作提供很多的支持。

电影的完成已经是圆梦了,上映让更多的人看到是我实现了之前的理想,唯一遗憾的是没有更好的结果回馈给资方和帮助过我的人。对于我来说,唯有坚持创作创新,用更好的成绩回馈大家。

徐伟(《灿烂的她》《黄雀在后》导演):“修改时不要丢掉你的核心”



拍一部电影、写一个剧本,其素材可以来自生活、来自新闻和周围的朋友,来自听说的故事,林

林总总各样的来源都可以产生拍一个电影的欲望和想法。我们在写剧本的过程当中要和资方、制片人沟通我们的想法,他们往往会问谁要去电影院看这个电影?或者说你吸引什么样的观众看这个电影?用数据反推对你想法的验证。对于我而言,我们想拍商业电影,就需要思考如何在不变更多素材的情况下,让剧本创作与市场更加贴合,能够让观众看完电影之后被感动。

张艺谋回答了他的疑惑:“这就是一个修改的过程,任何想法,当你跟数据不符,你预测市场可能不行,或遇到各种各样的原因,你就得改,没办法。但在修改时,你要注意不要丢掉你的核心东西。导演要有随机应变的潜力,在多次修改、多次妥协后依然不忘初心的定力,以及能抓住核心东西还能表达创作初衷的能力,我觉得都是现在特别需要的。”

李季(《大场面》导演):让银幕更有生机



拍一部电影、写一个剧本,其素材可以来自生活、来自新闻和周围的朋友,来自听说的故事,林

我应该是新力量中最新的一位,我的首部喜剧刚刚制作完成——中秋档上映的《大场面》。作为年轻的创作者,我希望能吸引更年轻的观众进入电影院。

这部影片我选择了10位《一年一度的喜剧大赛》中的“喜人”加入团队,新导演应该勇于和新的演员合作,让银幕更有生机。《大场面》里聚焦了小人物的喜怒哀乐,也写了自己的真情实感。

作为新人,我还需要跟在前辈们学习。我非常喜爱的闫非导演上午说过,观众需要笑声,我会努力跟随前辈们给大家提供笑声,相信在未来大家的共同努力下,中国电影天天都是“大场面”!

殷若昕(《野孩子》导演):珍视每一次与观众对话的机会



我认为创作者一定要看得见自己、看得见他人,只有这样,才能看得到更广大的世界。我一直不断要求自己,努力做到在每一次表达中,既能去

描摹生活的样子,也能去呈现生活的影子。

在《我的姐姐》路演的时候,很多观众从座位上站起来,向我们分享他们自己的故事。当我们的眼睛相遇时,我真正感觉到,我完成了这个作品。当我的表达与观众的心声碰撞在一起的时,作品才被点燃了,有了真正的生命力。

去年,我完成了我第三部长片《野孩子》,在等待它与观众交流、见面的这段时间里,我也开始思索、创作新的项目,我非常感激一路上能有志同道合的伙伴,我们步调一致地向上攀登,努力为我们心中的电影尽一份力。

电影是我们文化生活中重要的一小部分,我们和其他艺术门类一起,是并行的溪流,最终会汇入文化、生活、人类生命的大江大河中。我想,无论是电影里的事,还是电影以外的事,人类的情感是永恒的,我会一直表达下去,好好拍人物,好好讲故事,珍视每一次与万千观众对话的机会。

(下转第6版)