

# 从金鸡奖说开去： 电影要和更多观众在一起

■ 文支菲娜

的同质化供给。党的二十大以来，行政主管部门尽快理顺了管理节奏，继续简政放权、做好服务，行业获得了明显复苏，迎来了习近平总书记的2024年新年贺词中所说的“电影市场红红火火”局面。然而也要看到，2018年电影管理职能转隶以来，一些地方管理部门同志更换频繁，再加上对电影的艺术规律、产业规律、管理规律认识不足，政策措施容易陷入“拍大片、建基地、办节展”的“三板斧”窠臼，有资源的争抢资源，没有资源的就盲目上马老套说教的“政绩”电影，建设千篇一律的影视基地，举办千篇一律的电影节展，与群众追求代入感、个性化、新鲜感、体验型的消费需求背道而驰。

第三个问题，电影不仅仅是电影，还是相关部门借“守土有责”之名、行“戏精附体”之实，刷存在感的方式，使从业者动辄得咎、无力应对。近年来，中央传递了对电影的宣传文化功能具有的准确认知和高度信心，极大拓展了电影创作的视野和空间：“只要是传递真善美、弘扬主流价值的，不管什么题材、什么类型，都是主旋律、正能量，都是我们所鼓励和倡导的。”按照相关法律法规，电影有相关部门协助审查的制度。党的二十大以来，在相关部门支持下，《孤注一掷》《第二十条》《三大队》等优秀作品获得了强烈的社会反响。但实际调研发现，仍有部分相关部门奉行“本本主义”，只考虑电影上映后会不会“给自己找麻烦”，无视艺术规律、创作规律、市场规律。即便不在协商范围内，也动不动约谈创作者、经营者，将艺术创作等同于政策文件和教科书，将正常的电影经营当作聚众闹事的风险点，“只求不犯错，不管好不好”。

第四个问题，电影不仅仅是电影，还是一些偏颇观点党同伐异的对象，“扣帽子”“贴标签”“查立场”“开盲盒”的舆论环境，使投资者已如惊弓之鸟，逐渐离场。电影是为大众化的艺术，电影评价天然不具备门槛。然而，权威批评体系基本崩溃，“红包影评”渐失人心，使得一些偏颇的观点粉墨登场、翻弄市场。一部分评论者动辄扣上“资本操纵”“分裂祖国”等大帽子，或者过度炒作艺人隐私，使得一些电影的评价完全脱离本体，电影无法在市场上获得相应的回报，成为私权的牺牲品。虽然也有宏观经济因素，但投资离场确是不争的事实。2020年至2024年10月末，电影领域的私募股权投资总宗数与2019年以前相比数量有明显下降，其中逾亿元的更是连续4年一宗没有，融资环境的严峻可见一斑。与其他文化门类不同，电影是一门高投入、高技术含量、高风险的艺术。上游资金池枯竭、行业自有资金池逐渐见底，长此以往，行业萎缩不可避免。

第五个问题，电影不仅仅是电影，还是宣传教育观众、疗愈社会心理、承担社会情绪的重要载体。电影发展史层层证明，电影不仅能影响个体或群体的一生，而且常常能影响社会发展进程，更是社会开放、包容的表征。近年来，“三分钟看电影”之类的切片短视频，既不合理，也将电影作为教育传承文化传播的意义消解殆尽。电影与短视频切片的区别就如同全谷物和超加工食品，一个注重口感丰富、营养全面、维持身体健康，一个注重高油、高盐、高快感、高利润。2023年，中国网民人均的单日短视频使用时长为153分钟，而观众人均单日观影时长仅为0.3分钟。最近几年，社会情绪一方面处于“内卷”的焦虑状态，一方面又处于充斥着无力感、无意义感的情绪疲软状态。电影应能更好、更大范围地发挥好心理疗愈功能，让社会更包容、积极、富有生命力。

## 面对困难和挑战，我们该怎么办？

尽管行业面临的问题既具体又抽象，既有阶段性问题又有结构性问题，既有中国的个性化问题又有全球影视行业的共性问题，但行业改革与发展的星光萤火却不绝不止，真正的电影人始终不曾离开。一年多来，电影人感受到20余年电影产业化改革与开放带来的制度自信和道路自信，感受到来自行业管理者的包容担当及其背后深沉坚定的理论自信与文化自信；一年多来，更加多元化、个性化的中外电影产品进入市场，屡屡引起观众的强烈反响；一年多来，业界开始探索“差异化发行”道路，旨在让更多个性化观众在个性化影院看到个性化的电影，已积累了不少成功的创新经验。

习近平总书记倡导文明交流互鉴与构建人类命运共同体，越是在今天这样的国际背景下，中国电影越应该拿出更多像《里斯本九沉没》《第二十条》这样反映当代中国人精神风貌的电影走向世界。正如有关领导同志曾经指出的“要在开放的气氛中实现中国电影繁荣”，中国电影走到今天，需要重新回到改革与开放的初心。我们看到，全国的生气、生机，仍在缓慢但顽强地恢复着。这个阶段，不要自作聪明，不要突发奇想，更不要锣鼓喧天，只需要老老实实尊重艺术规律、行业规律、管理规律，避免封闭僵化、坚持守正创新，鼓励试错更要容错，产业和企业会给国家和社会一个好的结果。相信人民、尊重人民、追随人民，是电影也是民族文化复兴的唯一道路。

(作者为电影学者)

## 中国电影艺术研究中心 电影文化研究部专版

# 《胜券在握》： 魔法中的“BUG”

■文/虞晓

导演刘循子墨把刚刚上映的《胜券在握》视为创作团队的“全新挑战”，他的处女作《扬名立万》是2021年电影市场上引人注目的“黑马”，《胜券在握》跳出了前作悬疑喜剧的框架，它发生于现实中“打工人”在职场上的酸楚遭遇，是一个“抵抗残酷现实的梦”。

《胜券在握》中的“胜”有着双重的含义。从故事的情节层面，是主人公白胜（邓超饰）挫败公司裁员的阴谋，为自己保住了800万的期权，也为同样命运的同胞们讨回了公道；在内在的价值表达上，正如影片海报正上方那只飞向蓝天的鸟儿，白胜和同伴们的胜利在于，他们挣脱了拜金唯利的职场“桎梏”，在重拾情义价值的环境中开创出新的事业。

从故事情节和题材类型的维度，《胜券在握》相似于去年岁末的“爆款”《年会不能停！》，都是“吐槽”老板的“牛马电影”，这类影片讲述着外表光鲜亮丽的大公司内部，揶揄和奚落其中僵化的层级和机制，描绘着势利又贪婪的高管和忍气吞声的职场“牛马”。更重要的，“牛马”在公司中的逆袭，普通职员在和资本抗争中的胜利，都是采用了“以魔法打败魔法”的方式，是用机制本身的缺陷和痼疾，打败了强大的对手。

《年会不能停！》中的魔法是权力金字塔体系中的“唯上”是尊，上级不会错，在众人小心翼翼揣摩上意和逢迎附和中，大鹏饰演的胡建林，一个善良又“无能”的基层钳工，因为一起阴差阳错的误认，火速被提拔成了公司高管。《胜券在握》中的魔法是资本的贪婪，管理层认为白胜的AI技术能带来巨额利润，他并不高明的骗局才会得逞。

应该说在对大公司讽刺的力度上，《胜券在握》更为尖锐和深刻。大鹏在《年会不

能停！》中问题的最后解决，靠的是年会上向董事长陈述实情，这种中国民间传统文艺中的“青天”模式，在带来观众熟悉的“Happy Ending”的同时，也阻断了让人反思这种机制为何会形成的路径。《胜券在握》中白胜也有同样的机会，他在董事会上痛陈在公司初创期立下功劳的员工，却不能分享公司发展成果。董事长的回答颇有深意，公司大了，他一个人说了不算。谁说了算？资本说了算。

这是白胜在故事中的“至暗时刻”，是他弄假成真的骗局彻底的失败，因为无论他的技术成败与否，都只是资本的工具，去抬升股价获取利润的工具。资本的天性就是追逐利润，这是隐藏在故事背后的基本魔法。白胜所追求的，那种由己及人的公平和回报在资本的世界里是无法生长的，所以他最终选择离开公司，去加入充满人情味的和伙伴们一起创业的“泡泡工厂”。吊诡的是，白胜当年参与初创的公司，开始也是志同道合、团结一心的集体，今天的泡泡工厂该如何避免成为明天的冷血大厂呢？这是影片没有去回答的问题，也是《胜券在握》的结尾尽管热闹，但并不让观众开心的原因。

这个“魔法打败魔法”故事中，这是最大的“BUG”。《胜券在握》触及或者说包装了某种大厂“现实”，铁栏杆、格子间、随处可见的监控、巨大的机器和微小的人等影像以及阴郁沉重的影调，营造出了如同监牢般的职场生态。但现实的尖锐和沉重在叙事中并没有得到有效化解，也就是在利益和情义两种价值的交锋中，对抗资本的力量太过于薄弱和飘忽，它甚至成为了资本魔法不可战胜的反证。

《年会不能停！》的结尾同样有着想象的色彩，但它的魔法设置和解决方案是自洽的，职场的规则是唯上，那么“告御状”就是破解它的钥匙。在这些合理化的情节设计

# 75岁生日这一天，上影这样开“家宴”

■文/钟茜

在展厅结尾，有一个还原的片场场景，观众可以坐在导演椅上，模拟导演的工作状态。两台监视器上播放的内容是展览特别录制的上影幕后英雄们的访谈，其中有许多不为人知的趣闻。比如上影烟火师回忆，上世纪80年代，好莱坞导演斯皮尔伯格带着《太阳帝国》剧组来沪拍摄，美工、烟火等技术方面的内容由上影厂提供支持，美工师的手艺让斯皮尔伯格连连竖起大拇指。

## 传承前辈精神

这些展品很多都来自上海电影博物馆开馆11年来，上影的“影二代”的捐赠。“家宴”的第一场活动主题叫“爸妈不在家”，邀请上影导演桑弧之子李亦中、导演郑君里之子郑大里、上影老厂长徐桑楚之子徐晓青结合成长记忆，分享父辈故事。“策划这样的主题，也是因为经常听到他们讲起自己父母不在家时，他们怎么样，父母又怎么忙的故事，我觉得这是一个特别有意思的题目，也由此延伸出了‘家宴’的概念。”王腾飞说。

对于上影人来说，电影厂就是大家的家，许多“家风”“家学”至今仍值得传承。比如展览中能看到导演吴贻弓写的《城南旧事》拍摄手记，其中详细记载了拍摄日程，以及对人物、造型设计、拍摄镜头等多方面的思考，写了厚厚的一大本笔记本，他的每部电影都要写一本这样的日记。

还有演员徐松子拍摄《芙蓉镇》时的创作笔记，同样写了一整本，写完后，导演谢晋还像改作业一样认真批改，对其中肯定的内容用红笔批改，觉得不对的地方则用蓝笔。比如在对饰演的李国香的人物理解上，谢晋就批注：“太过。李太低。不要把李想象成一个大阴谋家，她就是个实用主义者。”这种导演与演员深入探讨和分析人物的互动如今读来令人感动。

尽管剧组化妆、服装、美术设计都是幕后工作，但进入工作都要先看剧本和导演阐述，提前很久开始筹备。在第三场主题为“剧组请就位”的“家宴”上，殷丽华分享，拍摄《开天辟地》时，化妆组要提前半年试妆、开会。“当时有300多个演员来试过妆，光是试妆毛主席的就十几个人，工作量非常大。”为了让每个人物都形神兼备，他们还特地找了中山医院的医生帮忙塑形。现场拍摄时，这也是三个化妆组的员工管19位主演和众多

## 电影和更多观众在一起了吗？

然而，与金鸡奖红毯上的熠熠星光、电影圈的弹冠相庆不相称的，是全国电影市场的冷清和观众的淡然。

首先，流媒体发展叠加疫情影响，观众对进影院看电影兴趣寥寥，在今年尤为突出。即便11月16日是周六，即便有获得金鸡奖最佳纪录片奖的《里斯本九沉没》和多部知名中外优秀影片排映，全国票房也就刚刚过亿元，影院平均上座率勉强达5%——远难达到上座率15%的影院盈亏平衡点。

其次，观众对小成本优秀电影的兴趣寥寥，电影“传播圈层化”日益明显，优秀的创作者、审慎的评委和普通的观众之间的信息鸿沟日益增大。2024年金鸡奖获奖影片里，《飞驰人生2》《热烈》等几部在大档期公映的高票房影片是大家耳熟能详的，而《屋顶足球》《乘船而去》《守龙者》等中小成本电影鲜为人知，观众不足10万人，《又是充满希望的一天》《安国夫人》的观众甚至不足1万人。如果扩展到提名名单，更多影片让普通观众感到“没听说过”。

还有，由于各种层出不穷的影视节、影视周，观众已对明星和晚会“祛魅”，甚至对中国电影金鸡奖这样的业界盛事本身也兴趣寥寥。数据显示，至11月19日，新浪微博的“#第37届中国电影金鸡奖#”话题阅读量只有1.5亿次，与2023年的8.6亿次、2022年的2.9亿次均有明显差距。

## 电影，不仅仅是电影

这些现象背后折射出中国电影面临的五个问题：

第一个问题，电影不仅仅是电影，还是国家形象最为具象化、通俗化的表现。而当前电影产业链越来越趋于“沙漏型”状态，产业较为脆弱。电影作为率先进行产业化改革的文化门类，是文化强国建设的排头兵，更是全球文化战争的主战场。电影产业链分为前端(制作)、中端(宣传发行)、后端(放映和后产业)，良好的产业形态应该是匀称的。而近十年来，电影产业形态逐渐从“橄榄型”向“哑铃型”发展，最终成为今天的“沙漏型”。也即，制作和放映两端积聚了不少产能，但是宣传发行环节“平台独大”的趋势越来越明显，缺乏更多有力而个性化的宣发力量。影片想要流向市场只能高价争抢窄如沙漏的滴漏细流。因此，影片集中于大档期投放的现象日益突出，大量观众日常难以获得影片信息，也变得只在年节才进影院。

第二个问题，电影不仅仅是电影，还是部分地方管理部门的政绩与门面。其颠预蛮干，使人民群众受够了“仿古街”“NPC”式

之外，“年会”讲述的更是一个普通人的故事，当庆典上那首被重新填词的歌曲响起，打工人的酸楚忧惧尽在其中，它形成了这部影片的情绪高潮点，同样身为普通人的观众更容易与他共情，希望他能够成功。

《胜券在握》中缺少了这样的情绪共鸣点，对观众而言，当白胜有了800万的期权可盼，他和“打工人”之间就拉开距离。他最重要的伙伴周望高(郑云龙饰)更是如此，这个富豪的私生子从白胜骗局的阻碍者变成同谋，是什么促成了他的转变在故事中语焉不详，如果是一场生日聚会上的蛋糕或者一夜酒后的宿醉所导致，那么在故事中就一定要铺垫蛋糕或者朋友对他是何等重要，否则就难以让观众信服。

同样的问题也出现在白胜伙伴们的身上，对“打工人”而言，一份工作和职业的重要性在于，它是养家糊口的依靠，在常人看来远比同事之间的情感融洽来得重要。是什么样的情感力量让他们可以集体追随白胜来实现他的“骗局”，这些需要仔细铺陈的部分恰恰在影片中相当潦草简略，往往是为了叙事发展而强行转折。

与观众共情是一部影片打动人的“魔法”，《胜券在握》的不足之处就在于，从人设到叙事，它基本上没有把情感和情绪放置在普通人身上。看剧中的喜乐哀愁，往往会有一种饥荒年间“何不食肉糜”的感叹。所以难怪有评论指出，《胜券在握》从现实表达的角度不够深刻，从类型叙事的角度不够爽感。

对喜欢刘循子墨的影迷而言，更多一层的遗憾在于，这个没有能够有效缝合，勉为其难的故事，消磨了导演在《扬名立万》中让人惊喜的才华和灵气。当年那是一种新鲜的文本和类型杂糅，代表着草根的、野生的创作能在商业电影市场中游刃有余。

(来源:上观新闻)