

本期视点

《寻龙诀》卖座背后： 探索国产大片的工业逻辑

□本报记者 李博

根据热门小说《鬼吹灯》改编的奇幻冒险片《寻龙诀》8天票房突破10亿元,追平了暑期档《捉妖记》创下的纪录,成为最快突破10亿元票房的国产电影。同时,好莱坞电影《星球大战:原力觉醒》成为史上突破10亿美元票房最快的影片,这部尚未在国内公映的大片仅用了12天便达到这一成绩。

在大洋的两端,两部商业大片正在风风火火地创造着票房纪录。电影评论人周黎明认为,从某种意义上说,《寻龙诀》对于中国电影产业最大的贡献并不在于票房本身,而在于其完整的产业模式与成熟的工业逻辑。中国电影家协会秘书长饶曙光曾不无忧虑地指出,如果《星球大战:原力觉醒》在中国市场同步上映,国产电影的票房将受到较大冲击。但在周黎明看来,像《寻龙诀》这样一部由万达、华谊、光线三大公司共同投资,基于热门IP改编,极富中国文化特色的国产商业片,是有能力正面抗衡好莱坞大片的。

投资:众人拾柴火焰高

《寻龙诀》能够聚合万达、华谊、光线三家影业巨头,源自一次“长白山散步”。2013年9月,华谊在长白山举行《狄仁杰之神都龙王》看片会,万达和光线都在受邀之列。当时,刚刚起步的万达影视已购买了小说《鬼吹灯》后四部的版权,而华谊总裁王中磊一直对天下霸唱创作的这部热门小说很感兴趣,希望将其拍成电影。一天,王中磊借饭后散步为名,与万达文化产业集团副总裁叶宁商讨合作拍摄《鬼吹灯》改编电影事宜,聊着聊着,光线总裁王长田也加入了他们的散步队伍。三人一拍即合,合作的意向很快就确定了下来。

“三家公司各有千秋,都有资金和能力,每家公司独立支撑这个项目并不成

问题,但我们选择的是合作,因为中国电影产业需要通过强强联手的方式,打造更加标准的工业体系。”近日,在由中国影协、中国电影出版社主办的《寻龙诀》:工业原则与艺术精神”主题研讨会上,叶宁表示。

正如叶宁所说,作为最大投资方的万达是原著小说的版权所有者,资本雄厚,同时拥有华语地区最强大的影院系统;华谊凭借影片制作的成熟经验、丰富的明星资源,在《寻龙诀》项目筹备初期,助力撬出了一支包括陈国富、乌尔善、陈坤、黄渤、舒淇、杨颖在内的主创“梦之队”;光线积累了成熟的地网发行资源,在互联网营销方面也极具经验。电影市场研究者蒋勇曾指出:“《寻龙诀》‘包圆’了电影产业链里上中下游最强的民营公司。”

叶宁坦言,制作成本高达2.5亿元的《寻龙诀》是在“探索一种新的合作模式”。“所谓‘众人拾柴火焰高’,一部影片的格局越大,风险反而越小,因为它汇集了更多的优质资源,不仅风险共担,更凝聚集体智慧。”叶宁认为,商业大片只具有想象力是不够的,更重要的是在于对想象力的完成度。“好莱坞电影天马行空的想象力是需要工业体系支撑的,而很多创意不错的中国商业电影正是败在了薄弱的工业流程上。”

得益于三家公司纵横向的产业整合,《寻龙诀》被打打造成为一部符合好莱坞制作标准的商业大片。周黎明认为,影片对于国产商业大片走向专业化极具推动作用,“前一段时间国产电影主要依靠喜剧片、青春片等中小成本类型与好莱坞大片进行差异化竞争,这是值得肯定的。但观众的需求是多样化的,创作者全部聚集于中小成本类型的创作,就意味着将商业大片的市场拱手让给好莱坞,这显然不利于中国电影工业体系的完善”。周黎明表示:“中国电影产业已经发展到了一定阶段,资金、技

术、人才储备都逐渐完善,完全有能力借用好莱坞的类型经验讲好中国故事。”

创作:古为今用,洋为中用

在《寻龙诀》立项之初,导演乌尔善就收到了相关部门的三条意见:片名中不能出现“鬼”字;故事中的主角不能有违法犯罪行为;电影里出现的所有灵异现象要有唯物主义解释。对于这些要求,乌尔善认为并不难以应对:“创作本身就是妥协的过程。”在乌尔善眼中,《鬼吹灯》原著中的“摸金校尉三人组”本来就不是一帮贪财的人,“他们更像侠盗,在影片里完全可以塑造成正面人物”。

在尊重原著的基础上充分拓展想象空间,是乌尔善为创作团队定下的准则。“《寻龙诀》虽然讲述了一个不同于小说的新故事,但我们保留了原著里的两个核心价值,即人物设定与中国式想象力。”乌尔善认为,“摸金校尉三人组”的人物性格、前史、江湖规则以及他们之间的情感关系,都是极具价值的元素;与此同时,原著中所有的奇幻想象,比如墓穴文化等,都脱胎于中国的宗教、历史、神话、民俗、传说等传统文化背景,并不是西方的,也不是当代科技的。

在此前提下,乌尔善和他的团队创造了一个地下墓穴世界,“这个世界里并没有提供,但它依旧遵循一点——必须是属于中国的、是中国人能够理解的。”墓穴中出现的彼岸花、黄泉之路、奈何桥、鬼门关等,就是中国民俗传说中阴曹地府的转化与重塑,与西方式的地狱图景差异极大,而阴阳、风水、八卦等道教元素,也极富中国特色。

为了提高类型的完成度,乌尔善大量观摩了《夺宝奇兵》等好莱坞经典奇幻冒险片。“主创首先要对影片的类型有清醒的认识,因为类型不是以主创的意志为转移的,不是说我认为这是个喜剧,那

是奇幻,它就是了。每一种类型都有自身的规律,而这种规律来源于叙事文化的经验积累,所以说只要摸清了类型的创作规律,也就掌握了大多数观众的审美规律。”乌尔善表示。

在电影学者游飞眼中,从《寻龙诀》开头“摸金校尉三人组”打开棺木,棺材中的女尸显露出丁思甜面容的那一刻起,影片的幻想世界便已开始展露。“即便是后面的‘文革’段落,也绝对不是现实生活中的‘文革’,而是高度契合影片幻想世界观的‘文革’。”游飞认为,为影片设定一套或者符合生活逻辑,或者符合幻想逻辑的叙事系统,并让观众深信不疑,是好莱坞电影最强的能力。“反观很多国产商业片经常会在生活现实与幻想现实之间游走,使观众不断‘跳戏’,《寻龙诀》成功地克服了这一顽疾。”游飞说。

乌尔善一直在琢磨,观众为什么喜欢看奇幻冒险类电影?“大概是因为冒险让主角一直处于危机状态,永远面临生死存亡的选择,面对内心的恐惧,迫使他/她必须做出人性的决断。”乌尔善坦言,如果说《寻龙诀》要探讨一个主题,那么这个主题就应当是“勇敢的人畏惧什么”。在他看来,创作《寻龙诀》的难点并不在于设置外部悬念,而在于挖掘出隐藏在主角胡八一内心深处恐惧。“身为摸金校尉的胡八一英勇无畏,懂风水八卦,又有一身武艺,这世上还有什么能让他害怕?我们一致认为,这种恐惧一定来自他的内心。”

于是在《寻龙诀》中,神秘的古墓、邪教团体乃至早已不在人世的丁思甜,都成为“摸金校尉三人组”克服内心恐惧、寻找生命意义的阻力。“对于胡八一们来说,在古墓中闯关其实并不困难,真正困难的是战胜自己的心魔。”在乌尔善看来,准确而精彩地展现主人公战胜心魔的过程,才是创作一部优秀奇幻冒险片的首要目标。

资讯

2015中国影视艺术创新峰会杭州举办

本报讯(记者 高艳鸽) 2015年12月27日至29日,由中国电视艺术委员会、中国电视艺术家协会、浙江省新闻出版广电局、中共杭州市委宣传部等主办、华策影视集团等联合承办的2015中国影视艺术创新峰会暨第三届中国影视产业推介会在浙江杭州举办。

本届峰会以“创作、传播、竞争、共生——变革影视+互联网新时代”为主题,探讨和研究在互联网+时代

背景下,如何结合新的传播空间,面向新的受众,打造新的影视艺术精品,繁荣影视艺术,弘扬中国精神,包括“飞天奖”创作与跨媒体传播高峰论坛、中国故事革新圆桌论坛等内容。

在峰会上,华策影视集团公布其2016SIP计划,发布了超级IP片单,包括《射雕英雄传》《玄门大师》《孤芳不自赏》《怒江之战》《从你的全世界路过》(此间的少年)等。

“光影纪年——中国纪录片学院奖”颁奖

本报讯(实习记者 赵志伟) 2015年12月26日,由中国传媒大学主办,中国纪录片研究中心承办的第五届“光影纪年——中国纪录片学院奖”颁奖典礼在该校举行。纪录片《大后方》《我的诗篇》《喜马拉雅天梯》《高考》等,分获最佳系列纪录片奖、最佳纪录电影奖、最佳摄影奖、评委会大奖等15个奖项。最

佳微电影奖空缺。今年的颁奖典礼专门设置了“向纪录片人致敬”环节,新增了“推动中国纪录片发展杰出贡献奖”,表彰为中国纪录片作出突出贡献的机构和人物。

本届除评奖和颁奖典礼外,还举办了“光影纪年——优秀作品展映”和中国纪录片的“公众时代”主题论坛等活动。

纪录片《孔子》国际版元旦播出

本报讯(记者 吴月玲) 1月1日,由中央电视台、英国雄狮公司、中国国际电视总公司和山东大众报业集团联合摄制,首部以孔子为题材、中外合作的纪录片《孔子》在央视科教频道播出。该片由“孔子其人”“传奇”“哲学”“至圣先师”“传

承”“当今”等单元结构全片。该片将采用“2+6”的制作传播方式,即90分钟中英合拍国际版和正在前期调研和文本写作的长篇6集300分钟的国内版。这是中央电视台首次尝试纪录片国际版先行播出的形式。

中国儿艺新貌新剧迎新年

本报讯(记者 乔燕冰) 1月1日至3日,由中芬艺术家携手打造、芬兰儿童文学大师图韦·杨松的经典作品——儿童剧《国王在姆咪坞》在修葺一新的中国儿童剧场首演。2015年是中芬建交65周年,也是“姆咪”形象诞生70周年,从芬兰远道而来

的姆咪家族,还邀请小朋友们在演出前一起欢度新年快乐一小时,拍照、游戏、礼物。在假日经典小剧场,组合式儿童剧《中国故事》之《成语魔方二》也再次亮相,与小朋友在充满童趣的原创成语故事中一起欢度假期,领略中华优秀传统文化的魅力。

舞剧《仓央嘉措》在京上演

本报讯(记者 高艳鸽) 中央民族歌舞团建团60余年来打造的首部大型原创舞剧《仓央嘉措》于2015年12月27日至29日登陆北京民族剧院,并将于1月5日至7日再度在京上演。

舞剧《仓央嘉措》由中央民族歌舞团团长、国家一级导演丁伟执导,作曲家李沧桑担纲作曲,麦青任舞

台及服装设计。该剧选取了西藏历史上的传奇人物、著名诗人仓央嘉措童年至20岁期间的生活片段,讲述了其传奇的人生经历,以及对故乡、母亲和恋人的情感,舞蹈部分由群舞、独舞、双人舞构成,囊括了热巴舞、囊玛舞等西藏民族舞蹈,并将仓央嘉措的部分诗作改编为歌曲融入剧情。

电视剧《嘿,孩子!》在京发布

本报讯(记者 张成) 2015年12月28日,由春天融和影视传媒等单位联合出品的都市情感大戏《嘿,孩子!》在京发布,导演杨亚洲携手蒋雯丽、李小冉、郭晓东、刘天佐、齐溪、韩青等主演齐齐亮相。剧中,六大主演结成了三对夫妻档,上演精彩的生活好戏。

电视剧《嘿,孩子!》是著名导演杨亚洲继《嘿,老头!》之后打造的又一部情感剧力作。该剧以“生活”为核心,将拍摄视角伸展到生活的方方面面,涉及的话题尖锐而深刻,观众可以从剧中窥视现代都市人的百态人生。据悉,该剧的拍摄制作由电影《老炮儿》的制作团队担纲。

十大“80后”歌唱家音乐会播出

本报讯 1月1日,“光荣绽放”——2015十大“80后”歌唱家音乐会在央视音乐频道播出。这场旨在留住经典、再现辉煌的音乐会汇集了十位80岁及80岁以上的歌唱家们——郭兰英、李光羲、胡松华、方初善、任桂珍、罗天婵、刘秉义、叶佩英、姜嘉嘉、于淑珍,为大家奉献了《我的

祖国》《松花江上》《赞歌》《唱支山歌给党听》《打起鼓来唱起歌》《我们的生活充满阳光》等众多经典歌曲。音乐会由中国爱乐乐团现场演奏,著名指挥家夏小汤担任指挥,中国国家交响乐团合唱团现场合唱,还有佟铁鑫、刘和刚、王丽达等众多年轻的歌手助阵。(乐章)

白燕升携手山西卫视推出新年戏曲公开课

本报讯(记者 丁薇) 1月1日、2日晚,山西卫视《走进大戏台》策划的“爱·要看戏”新年戏曲公开课与观众见面。节目特邀白燕升作为演讲嘉宾讲述戏曲形态特征和艺术风貌,分享梨园名家对于戏曲的热爱,弘扬传统戏曲文化。

本次公开课,云集晋剧、上党梆子、北路梆子与京剧、豫剧、河北梆子、昆曲、黄梅戏八大剧种,裴艳玲、袁慧琴、王洪玲、管波、吴琼、史依弘、李金枝等戏曲名家以亲身经历,为观众们诠释对戏曲的热爱以及民族艺术的魅力。

青年歌手丁晓红再推新专辑《诚信中国》

本报讯(记者 董大汗) 2015年12月26日,中国文艺志愿者协会理事、青年歌手丁晓红最新专辑《诚信中国》在京首发。专辑中除收录《诚信中国》《文化中国》《美人鱼》等26首歌曲及伴奏外,还包含了丁

晓红与张英席、韩磊、郭峰等歌坛名家合唱的三首歌曲。丁晓红宽广音域、丰富音色、优美唱腔的个人风格在专辑中再次展现。专辑中所录歌曲大多融入时尚跨界编曲,旋律亲和优美。

首部传统村落微电影《树图腾》在京首映

本报讯(记者 张悦) 2015年12月26日,首部以传统村落为题材的微电影《树图腾》在北京举行首映仪式。《树图腾》是不久前在贵州凯里召开的首届中国传统村落、黔东南峰会的主要成果之一,也是为峰会量身打造的一部作品。这部由张建

执导的微电影今年10月在贵州黔东南著名的持枪部落苗寨苗寨寨开机,通过讲述滚拉山和蓝虹玉这对苗侗男女青年离乡与归乡的故事,呈现出黔东南传统村落神奇独特的风俗与自然和谐的生态。据悉,这部微电影还将在央视微电影频道播出。



现场

芭蕾舞剧《过年》贺岁

□本报记者 张悦

1月9日至10日,中央芭蕾舞团将为观众奉上有着欢快喜庆气氛、饱含中国“年味儿”元素和传统文化的贺岁芭蕾舞剧《过年》。

《过年》又名中国版《胡桃夹子》,源于1892年首演的著名芭蕾舞剧《胡桃夹子》,是柴可夫斯基三大经典芭蕾舞剧之一。这部剧历来在圣诞节期间上演,中芭人充满智慧地将东方的元素、中国的故事融入其中,并创造性地将原作圣诞节背景转换为中国的农历新年,将欧式庭院客厅改为北京胡同人家;剧中的鼠王变成了中国民间传说中的“年”兽,男演员穿上了北京大褂,女演员则换上了青花瓷裙。

在经典芭蕾贺岁强档《过年》之后,1月12日至13日,中芭还将在国家大剧院为观众准备一台“经典芭蕾三合一”晚会。晚会囊括了风格迥异的三部经典芭蕾作品的精华段落,其中包括:古典芭蕾的“巅峰之作”《堂·吉珂德》三幕、古典浪漫芭蕾的“开山之作”《仙女》二幕以及激昂奋进的交响芭蕾《黄河》。

图为《过年》剧照

酷狗音乐《hello! 星主播》和《酷音乐排行榜》两档节目全新上线—— “粉丝经济”驱动造星产业升级

□本报实习记者 赵志伟

近日,艾瑞咨询报告等8家权威数据机构公布年度产业报告,一致将酷狗音乐排在在线音乐首位。不仅如此,放眼国内整体移动互联网市场,酷狗音乐也有着非常抢眼表现。在百度沸点特色榜单中,酷狗荣登2015年十大热搜应用,与QQ、微信、爱奇艺、航班管家等一起进入榜单前五名,成为国内手机用户生活中参与度最高的应用软件,也是榜单中少有的“BAT”阵营之外的应用。

历经10余年成长,尽管酷狗音乐在市场占有率方面长期处于行业前端,但并未满足于传统优势。2015年12月28日,酷狗音乐在京宣布《hello! 星主播》和《酷音乐排行榜》两档节目全新上线,同时预告2016年1月10日即将在北京工人体育馆上演首届“繁星盛典”,

力图借助“粉丝驱动”模式,将自己的传统平台业务打成一个注重生态的产业链。

所谓“粉丝驱动”模式,也就是“粉丝经济”,泛指架构在粉丝和被关注者关系之上的经营性创收行为。在酷狗“繁星网”的平台上,艺人的直播间就像一个自我展示区,任由用户选择自己喜欢类型的艺人。粉丝们用各种各样的虚拟礼物为自己支持的艺人点赞、众筹、互动。直播期间,对于热心粉丝提出的反馈意见,“繁星网”收集后会通过大数据为艺人的发展方向作出调整参考。

2015年11月27日,《hello! 星主播》的首播是对“繁星网”的造星模式的一种升级。该节目以周播形式与观众

见面,每期由三位来自酷狗“繁星网”的人气主播、两位主持人参与。主播在节目中不仅要展现个人形象,还要通过现场脱口秀、飙歌、游戏等环节,与网友进行互动。三位主播在节目中进行PK,不仅能展示更真实的一面,也彼此的粉丝相互交融拓展。据悉,该节目日直播间最高在线人数突破120万,弹幕总数也高达50万。

“繁星网”正是让用户在互动体验中,用时间和精力消耗与主播之间建立情感链接,进而成为粉丝,从而形成特色的造星产业。酷狗音乐副总裁、“繁星网”CEO谢欢介绍,“繁星网”2012年9月上线至今,三年时间里已有2亿注册用户。平台有12万注册艺人,53%以上的艺人月收入过万,处于顶端

的艺人每年收入可达百万元以上。其中,有1200人来自各个唱片公司的输送,或者本身就是音乐人。平台上的原创歌手有240余个,出产了3000多首原创歌曲。

另一档即将上线的节目《酷音乐排行榜》节目,也将“参与感”和“互动性”放在第一位。“这同样是粉丝经济的思路——粉丝可以通过在线投票直接参与打榜的全过程,榜单也更为公开公正。”酷狗副总裁曹洁说,“酷音乐排行榜与其说是一张排行榜,倒不如说是一场在线音乐节,参加打榜的既有唱片公司的签约歌手,也有网络歌手。每期由几组嘉宾参与节目,每组嘉宾通过抽签挑选歌曲。网友则通过场外投票决定榜单的排序。”