

# 第18届中国金鸡百花电影节中国电影论坛综述

<http://www.cflac.org.cn>

2009-11-04

作者:

来源: 中国文联网

10月14日,第18届中国金鸡百花电影节中国电影论坛在江西南昌开幕。本届中国电影论坛的主题是“主流文化与中国主流大片”。电影作为一种具有典型意识形态属性的艺术形式,在新中国成立60年来一直是传播先进文化、建设和谐文化的重要阵地。而且,自2002年以来,伴随国产商业大片的快速崛起,中国电影业态出现了许多新情况,也带给我们许多新的思考。近几年,商业大片回归主流文化又成为其发展中的一个显著特点,涌现出了《云水谣》《集结号》《梅兰芳》《建国大业》等一批优秀主流大片,较好地实现了主流价值与商业运作、社会效益与经济效益的有机统一。所以,设定这样一个研讨主题具有重要的意义。10月15日的研讨会共分为“宏观视野:新时代的中国大片”、“创作创新:中国主流大片的艺术流变”、“产业升级:中国大片的市场运作”、“战略发展:中国大片的拓展空间”四个研讨单元,与会嘉宾围绕各议题展开了深入而热烈的交流和探讨。

## 主流大片的概念界定与历史衍变

大片以及主流大片的概念界定成为研讨的热点话题。上海交通大学李亦中教授认为,主流大片包括影响大、上座率高、传达主流文化和主流社会价值等要素,成都川影科技有限公司总经理刘嘉则补充了受众面广这一因素。上海联和电影院线副总经理吴鹤沪认为,大片是一个相对模糊的民间概念,而不是学术名词,并把大片概念定义为“经过市场检验,被社会认同、大家愿意看的影片”。江西财经大学王中云教授认为,主流大片不应该单纯以制作规模、演员阵容作为判断标准,只要是有利于充分地表现出我们本国、本民族的灵魂,体现一个国家、一个民族的道德修养与社会行为的标准,有利于国家主流文化的发展,则可以上升到主流大片的地位上。北京电影学院王志敏教授认为,大片不是一个类型概念,而应该是一个电影作品的量级概念。大片特别是主流大片,是一个国家的电影产业化水平的重要标志。

关于主流大片的特征,上海大学陈犀禾教授认为,中国主流大片是近几年中国电影发展中一个新的景观,它一方面在工业和美学上承接了前几年中国大片和好莱坞大片的市场化发展模式,另一方面在文化和价值观上吸收了八十年代以来的主旋律影片宣扬主流文化路线的模式。他认为,主流大片的出现是资本力量和政治力量共同推动的结果,资本力量发现了本土市场的商业价值,而政治力量则为大片对商业利益的追求指引了文化的方向。北京大学李道新教授认为,对大片概念不能进行简单的价值评判,他提到要通过一种建构性的视角来对主流电影大片和主流大片概念体系进行界定,用一种文化生态学以及生态平衡的动态开放的方法来审视中国当下的主流大片发展。浙江大学范志忠教授则梳理了大片传播的三个阶段,即好莱坞大片阶段、电影作者式的大片阶段、中国式主流大片阶段。

## 弘扬主流文化 发展主流大片 推动社会主义核心价值体系建设

发展主流大片,是发展先进文化与和谐文化,构建社会主义和谐社会的需要,有利于提升国家文化软实力,增强国产影片与外国大片的竞争实力。与会嘉宾对主流大片的社会价值也提出了各自的看法。北京电影学院黄式宪教授认为,中国大片崛起于本世纪之初,其崛起是为了在市场上与好莱坞相抗衡,具有历史自身发展的合理性与必然性,推动了电影产业的强势崛起。他分析了国产大片发展中的“后大片现象”,认为一些大片尚没有有效地完成民族性与现代性的对接。北京师范大学黄会林教授谈到要吸收国际电影的先进经验和技巧,让这些先进的技巧和中国文化能够沟通起来。西北大学张阿利教授提到,中国主流大片

的生产创作和理论探讨一直处于一种在解构中寻求建构、在建构中又去解构的波浪式发展之中，而且，中国主流电影在历史的发展当中逐渐建构起自身的民族文化形象。

中国文联理论研究室周由强博士从“价值”、“意义”、“信仰”、“责任”四个关键词入手，对主流大片的核心价值观问题进行了阐述。目前我国观众的平均年龄为21.7岁，而这些青年人的世界观、人生观、价值观还没有完全成熟，电影作品所传达的价值观对他们的影响是重大的。他认为，主流大片要有鲜明的价值取向，《云水谣》《集结号》《风声》等叫好又叫座的主流大片，坚守住了中国主流大片的阵地，传递出了一种美好的价值。北京电影学院陈晓云教授结合“主流大片如何重建和现实的对话关系”这一话题提出了自己的观点，引起与会业内人士的共鸣。他认为，当下在讨论好莱坞电影时多从高科技、大投资、高回报等角度入手，而对好莱坞电影关注现实、关注人们的普遍情感这一点却往往忽略。我国近些年来创作的大片出现了票房和口碑之间的断裂，造成这种状况的原因是因为这些影片不涉及当代人的情况，与现实情感无关，观众与之很难建立一种对话关系。从《集结号》开始，这种情况有所改观，它以及今年的《建国大业》都在观众与影片之间建构一种默契的对话关系。

#### 强化市场运作 提升营销理念 增强票房号召力

在本届论坛上，一些具有丰富实践经验的市场“操盘手”结合自身的一线经验对大片与主流大片的产业操作阐述了自己的观点。中影集团发行放映分公司总经理许兵详细介绍了《建国大业》的票房增长趋势，并谈了关于大片发行的一些体会，一是不适合进影院观看的影片很难在院线发行；二是不做大力宣传的影片很难进院线和影院；三是制片方一定要给发行方足够的准备时间；再就是要规范市场，为国产大片保驾护航。光线影业总经理张昭谈到是好莱坞大片冲击产生的危机感推动了中国大片的问世，现在的当务之急是打造一个可持续发展的产业系统。他用米高梅破产的例子来说明需要将电影作为一种传媒的形态而不是独立的电影公司来运作。他认为，传媒集团对于电影产品的推广作用会影响着一部影片究竟是否是大片。他提到，美国大片的观众基础是生活在类似于南昌或者更小的城市及郊区，文化层次并不很高的年轻人。他提到，即将成为观众主体的未成年人的观影习惯十分重要。

吴鹤沪认为，国产大片已经或者正在扮演着重新召唤观众进入影院的角色，要尽可能地让国产主流大片在电影市场中发挥其最大的效率，对有限的国产大片宝贵资源应有最大的尊重。此外，他还结合大量实例提到，大片进入市场一定要有科学合理的档期，市场应建立起一种影片排开档期的协调机制，使电影市场健康发展，使每一部影片都得到应有的回报。北京新影联院线副总经理高军结合《气喘吁吁》、《麦田》等影片的市场反响讲述了商业运作和档期选择的重要性。他同时谈到，中国电影市场不能只是关注大片，只有大片才赚钱不是一个健康的投资环境，只有那些中等投资规模、中高票房回报的影片多起来才是中国电影健康的标志。

中国电影发行放映协会常务副会长耿西林列举了从1994年进口分账大片出现以后大片的发展情况。从1994年到今年9月份，过亿影片共计45部，其中国产片26部，进口片19部。26部国产片占主流院线票房的比重约为25%，票房过亿影片在繁荣中国电影市场方面作出了不可磨灭的贡献。广州金逸珠江电影院线总经理许斌彪提到，中国的主流大片的票房佳绩将极大推动大家对终端投资的热情，而一个日渐扩大的放映空间又推动了大片的良性发展和票房的增长，两者会形成良性的互动。四川太平洋电影院线总经理张北川从《建国大业》开发中秋节月饼谈开，提到影片在衍生产品开发方面还可以有更多作为。

#### 吸收民族优秀文化 扩展市场发展空间 推动主流大片战略升级

积极倡导突出主流意识、占领主流市场、吸引主流观众，使主流文化与艺术表达、主流文化与产业运作有机地融为一体的主流大片，是现实的需要，又更具有深远的战略意义。与会嘉宾在回顾和审视主流大片的历史与现状的同时，也对主流大片的发展前景进行了展望和预测，并提出了许多富有建设性的建议。

黄式宪认为，必须坚持以本土民族人文资源为根脉，以文化自主创新为前导，以“海纳百川”的包容性吸纳其他民族优秀文化，弘扬民族文化的主体性。国家广电总局发展研究中心陈共德研究员认为，发展大片的一个准则就是人才的放开，吸纳具有国际票房号召力的人才，而且要将国产大片以及主流大片推向国际，赢取国内和国际两个市场。

王志敏阐述了中国主流大片国际化道路三个值得考虑的方面：一是影片内容要具有通俗的游戏性；二是中国元素恰到好处的运用；三是制作上要尽可能达到当下电影科技所能达到的最高水准，做到精益求精。国家广电总局发展研究中心刘汉文副研究员提到，主流大片的发展不仅仅应该提高主流大片的运作营销能力，还应该从改善整个电影生存环境的角度来考虑。主流大片的发展要提高到国家文化的软实力建设、转变经济增长方式的高度，此外，他还提到设立主流大片创作基金，启动中小城市、农村电影院建设工程，进一步深化流通体制改革，形成全国开放平等竞争的电影市场，在主流大片和广大观众之间架好桥梁，做好主流大片的全球渗透等政策创新方面的建议。

橙天嘉禾娱乐（中国）有限公司总经理陈国伟认为，国产大片仍处于复苏阶段，与国际上的大片相比仍然存在巨大差距，国产大片的发展需要持续的过程，首先做到国内大片，然后是亚洲大片，最后才是国际大片。

在本届中国电影论坛上，学界专家与业界嘉宾共聚一堂，既有宏观战略探讨，也有微观个案剖析，既有理论思辨，也有数据解读，在观点的共鸣与碰撞中深化了学界、业界对“主流文化与中国主流大片”这一主题的认识，也将会对主流大片的创作、推介、营销产生积极的推动作用。

（责任编辑 金沙）