



■ 本版撰文 本报记者 慢舟

# 好莱坞“金刚”勇闯中国

“3D版《泰坦尼克号》在中国的票房相当于全世界其他地区票房的总和!”在4月23日举行的北京国际电影节开幕式上,好莱坞大导演詹姆斯·卡梅隆的一席话在全场引起轰动。继《钢铁侠3》变身中美合拍影片之后,以北京国际电影节为平台,好莱坞将与中国电影公司合拍《孙子兵法》、《封神天下》等一批具有中国元素的3D大片。同时,以杰瑞米·雷纳为首的好莱坞明星也频频亮相中国,卖力宣传。可以看到,这些商业嗅觉敏锐的电影公司正掀起一股新的抢滩中国电影市场的热潮。

## 好莱坞巨头盯上中国电影市场

去年,好莱坞电影票房销售降到了16年以来的最低,而中国迅速扩张的电影工业却持续创造新纪录——2011年获得了约131亿元的收入,比上年增长约30%。中国蓬勃发展的电影业引起了好莱坞巨头的注意,国外媒体纷纷撰文表示,好莱坞为了追求更大的票房回报,以抵消国内利润的下降,才把扩张的版图划到了中国。目前,好莱坞一些大的制片厂均开始在中国成立办事处。

“有太多的故事可以讲述,现在中国很火,那么多人想要更多了解中国,”编剧格伦·伯杰表示。他曾编写了2008年大受欢迎的好莱坞动画喜剧《功夫熊猫》及其2011年的续集。说中国很火,是因为中国市场庞大,一部专门为中国观众度身定制的好莱坞影片,噱头十足,故事亲切,想在中国不成功都难!据了解,《功夫熊猫》电影获得了约6.3亿美元票房,其中仅中国大陆就占2600万美元。

资深业内人士表示,中国观众容易被带有中国元素的电影所吸引。但是,含中国元素的电影就一定成功吗?“好的电影在电影所有基本原则上都获得成功,而不仅仅是因为在中国拍摄。”伯杰表示。不过,伯杰选择从中国文化切入,注定已经把成功的一半收归囊中。为何印度人喜欢本土电影,重要原因是他们的民族偏好只有在本民族的歌舞片中才能获得满足,好莱坞是不可能为他们定制原汁原味的歌舞电影的。但是好莱坞愿意为了火热的中国市场而探索中国文化,这显示了好莱坞对中国市场的极大重视和诚意。

随着中美电影新政的推进,中国作为全球第二大电影市场,迅速引起好莱坞独立制片导演、投资商及服务商的投资热情。在第二届北京国际电影节举办期间,不但卡梅隆等大导演做起了个人营销,全球领先的3D公司RealD也携其新作《蝴蝶夫人3D》高调亮相,并宣布将加快为中国市场提供其3D技术解决方案。

“据我所知,好莱坞投拍3D电影的热情仍然很高涨,今年投产的3D电影比2011年还要多。”RealD大中华区暨亚太地区总经理艾德门·陈说道,现在好莱坞导演们都普遍意识到,3D拍摄能提高他们说故事的能力,而观众的想象力也将随之提高。《泰坦尼克号》3D版在中国的成功就是一个明证,为了一个“古老”的、飘忽在记忆里的故事,中国观众愿意拿出宝贵的3个小时,足见3D的魅力绝不仅仅是技术层面上的。虽然3D电影发展将受制作成本的限制,成本普遍要比2D电影高出25%左右,但许多制片人仍选择3D制作,其实是对未来的一种投资。

“全世界有12万至13万块电影银幕,其中数字银幕占一半,这一半中又只有一半装备了3D银幕,总体来说增长潜力巨大。”艾德门·陈乐观地表示,目前,数字银幕持续快速增长,尤其在亚太地区。中国3D银幕虽已占到七成比例,但因为中国庞大的消费基群,仍有巨大商机。

## 制片人的异乡缘

市场的广阔,将好莱坞的制片人吸引到了中国;作为造梦工厂的好莱坞,对于中国制片人依旧有着不小的吸引力。在电影与市场的两相结合下,制片人的异乡缘份在延续。参加北京第二届国际电影节的好莱坞金牌制片人汤姆·德桑托,曾经带领《X战警》和《变形金刚》这两部系列电影在全球创造票房奇迹,在好莱坞,他的名声仅次于詹姆斯·卡梅隆。而中国导演依萌系统地学习过好莱坞商业电影体系,她执导的电影《非常完美》的班底便是准好莱坞级阵容。两位制片人在异国的经历,或许更能说明中西方在电影上的合作现状以及未来前景。

在德桑托眼中,在中国开放市场的前提下,他和他的团队一定能把中国的故事推向世界。借第二届北京国际电影节,这位好莱坞金牌制片人向媒体透露将和中国合拍新片《封神天下》。

“《封神天下》这部电影具有史诗般的故事情节,耐人寻味的角色,可以通过几部电影跟进角色的发展状况,做成很好的系列电影。当然它还有一个非常重要的主题,片中人物可以站起来为自己的命运奋斗,无所畏惧。我个人在这方面做了很多的调查和研究,对角色也做了细致的了解,比如妲己、商纣王,还有各种巫师。这些角色观众们会喜欢的。”对拍这部由中国传统故事《封神榜》改编的电影,德桑托信心满满。德桑托表示,他现在特别感兴趣的是能做一个关于中国历史的故事,既忠于故事的灵魂,又不被故事的细节所限制,希望能用现代化的手段让它走向全球。“《蜘蛛侠》故事的背景放在世界上任何地方,都不牵强。而张艺谋的《英雄》虽然外壳是中国的,但反映的思想并不‘中国’。”好莱坞研究专家周黎明告诉记者。其实,借用一个中国外壳表达普世思想,本身就是一个很讨巧的办法,中国票房保证了,好莱坞价值观也深藏其中。

德桑托还提到,对他本人来说,同威尼斯、戛纳相比,北京的气质完全不同。北京有深厚的电影文化,中国的神话传说中有许多优秀的故事,中国现在更加开放,因此能给全球观众带来新的故事。对于中国放开美国片进口限额的事情,德桑托认为,在任何时候都有放宽或限制的现象发生,能更加开放地交流思想、让不同文化碰撞是非常好的事情,中国有很多电影院正在建设中,这也表明了中国对自己的和国际上的电影都有很大的需求量,大家都来看电影,这是好事。而美国一直都是个多元文化的大熔炉,美国一直都用自己的耳朵去倾听全球的声音,特别是在文化方面。好莱坞正在通过电影同时在中国和美国创造就业机会。

而在大洋彼岸的依萌,曾在她十几年的音乐道路上来了个急转弯,一步到位地把自己送到了商业电影的最高学府——美国佛罗里达州立大学,那

里堪称是好莱坞导演的“黄埔军校”。依萌对记者谈起好莱坞“出产”电影人才的独到之处:“在美国的电影学院,你不可能直接进入导演系学习,不能做导演,你需要展现给所有人看。”依萌说这是和国内学电影完全不同的。一踏入学习正轨,依萌发现自己进了一个好玩的“大戏班子”。戏班里大大小小的事情都要自己学着做……搭场景、制造电影音效、架设摄影机位、寻找甚至自己设计服装、下手干木工活……几乎电影拍摄中的每个琐碎环节都是一门课程,都是通往终极导演身份的必经之路。在这里,没有一件事可以被称为粗活,所有的事情都能用专业与否衡量。人头攒动的片场没有所谓打杂、帮工的,每个人都是极富荣誉感的电影工作者,即便是最“低等”的体力活,都是由电影系的研究生在做。

## “我们和好莱坞是长期的战争”?

虽然说,中西方的交流换来了电影人的个个体验。但是,好莱坞的大举进攻,也不免让中国电影人捏了把汗。光线传媒有限公司总裁王长田作为民营企业的领军人物,面对好莱坞的“来势汹汹”时就谈道,中国电影和好莱坞之间要发生一场长期的战争,一场没完没了的战争。

“中国电影对抗好莱坞是客观形成的,因为好莱坞电影占据了优秀档期,影片规模更大,所以中国本土电影自然就会跟它形成竞争。老实说,国产单片没法和人家打。所以只能大家一起出击,希望能够激起观众对国产电影的热情,因为中国电影要发展还是要靠国产电影,我们不能天天吃西餐,好莱坞调剂一下是没有问题,但是毕竟我们是中国人,我们有自己的口味,我们有自己的文化传统,我们更关注我们身边的这些人和事,我们不能像很多国家,电影市场直接被好莱坞挤垮。所以我们和好莱坞是一个长期的战争。”王长田坚定地说。

对于好莱坞急于“瓜分”中国电影市场的密集举动,周黎明对记者表示,这不仅不会伤害到中国电影的利益,相反,国内电影厂商还能在中美合作的平台上,提高中国电影制作的水准,尤其可以在电影高科技领域,向好莱坞电影多多学习。

“从长远来讲,竞争不可怕,以前国产片是‘温室里的花朵’,受到很多的保护,现在花朵要放到狂风中,促使大家在竞争中成长。电影贸易的争端从来不是‘零和游戏’,对美国有好处不一定对中国有害,以后中国观众能看到更多好的电影,电影院的收益也能增加。”周黎明说,“此外,好莱坞大片对国内小成本电影影响并不大。由于观众已经形成在电脑上观看小成本影片的习惯,无论多少大片进来也不会影响这部分市场。反而是盗版真正伤害了这类小成本电影的收益。而大片因为更适合在影院观看,具有天然抗拒盗版的能力。但市场对大片的需求量是相对固定的,好莱坞大片来了,势必会挤压到国内大片市场。”

《西风烈》制片人关雅荻告诉记者,国产片是“大刀队”,好莱坞是“洋枪洋炮”,现在“长城”开了口子,就需要国产片创作题材更丰富,更市场化,同时希望有关部门创造条件让“大刀队”实力变强。



**编者按:**即使你不去电影院,从电视上也能感受到好莱坞在中国发起的猛烈攻势。好莱坞的电影大佬们争相在北京亮相,做起了个人秀,同时,也为带有“中国血统”的好莱坞电影倾力宣传。当中国电影市场的大门徐徐打开,这些商业嗅觉敏锐的电影人就掀起一股好莱坞抢滩中国市场的热潮。面对西洋劲敌来袭,是合作还是死磕?中国电影人有话说。

## 延伸阅读

### 美式大片：道德说教仍是永恒主题

好莱坞大举“入侵”,意味着中国观众将有更多的机会接受好莱坞文化的“洗礼”,在IMAX放映室精彩绝伦的画面下,我们的心灵是否也会不知不觉地“好莱坞化”呢?对此,国内好莱坞研究专家周黎明认为,好莱坞通过电影输入什么样的文化和价值观,选择权不在好莱坞,而在中影集团。美国每年会制作出几百部大片,中国每年只引进其中的30部,这30部片子都是由中影挑选出的。“好莱坞电影并非我们想象的,都是一个模子里刻出来的,而是各式各样、千姿百态的。他们的电影产业并没有一个中宣部或者是广电部管辖,也不承载反映美国主流价值观的‘政治任务’。事实上,好莱坞影片中反映的价值观非常浅显,并贴近观众普遍心理。例如善恶有报、爱憎分明、正义与邪恶的较量等,都是好莱坞电影最普遍的主题。观众对这些主题的喜爱也是好莱坞100多年来在全世界获得票房成功的重要原因。”周黎明对记者说。

年初,汤姆·克鲁斯主演的电影《碟中谍4:幽灵协议》在各地放映。一些影迷高呼过瘾,认为这部电影精彩、刺激、好看。事实上《碟中谍4:幽灵协议》在题材上没有什么创新之处,这部电影表现的是传统的美国式个人英雄主义,好人最后大获全胜,坏人全部完蛋。其吸引观众之处是用全新的技术手段和异乎寻常的构思展示影片的主题。

国内一家报纸的娱评不以为然地说,好莱坞老是用这种手法,难道没有创新吗?美国的电影导演已经江郎才尽、黔驴技穷,再也搞不出新名堂了。

周黎明认为,美国电影确实总是不断地宣传好人战胜坏人的价值观。这不是俗套,而是人类电影艺术创作的永恒主题,影片宣扬的是正义和良知,暴力、仇恨、血腥的场面也都有完善的价值体系和逻辑关系。影片的主角扬善除恶,在危险面前满不在乎,展示了英雄主义的豪迈气概。

