戴锦华：<http://culture.ifeng.com/a/20160630/49270312_0.shtml>

我访问过很多业界人士、寡头大佬，问他们为什么要染指电影业。其中有一个人的回答令我印象深刻。我问他成立电影公司对你的产业规模来说意味着什么？他想了好久，给我一个确切回答：“给女人买个包吧。”也就是说，这是奢侈的小钱儿。可即便是小钱儿，为什么要扔到电影里来呢？他说，他瞩目于作为媒介的电影，与其日后做植入性广告，不如现在把麦克风拿在自己手里**。**这两个回答都非常有意思。首先，在资本运营的意义上，相对于大资本，投在电影业的资本还是微不足道的。但为什么要投电影？他的第二个答案并没有真正解答我的疑惑。所谓电影的植入性行销，如果你做到好莱坞的程度的话，确实可以达到一般其他广告难以达到的全球覆盖面，但总的来说，电影不是广告的主要媒介，植入性广告没那么有效（中国电影目前的怪现象之一，是植入性广告做得太难看了，已经跌破下限了）。

热钱涌入中国电影对我依然是个谜。而在没有明确动力的情况下，中国电影资本的持续性是无法预见的。它可能随时断掉。但即便中国电影业不再有资金注入，目前的资金规模也已经足够了，因为现在还是一个绝对过剩的状态。

至于中国电影在有充足资本支撑的前提下，能不能完成产业成熟，完成工业化，还犹未可知。我们有这么大的产业量体，必须要求（后）工业化的规模经营。但如果这些都还没有完成，我们就很难去讨论中国电影美学、中国电影艺术的评判标准，或者说，中国电影对中国文化主体的形塑过程的参与。这些东西固然很急迫，但相对于我们的产业现状来说又很遥远。今年的上海电影节上，“拒绝被资本绑架”已经变成了一个口号，但到底能不能做到，就要看产业自身靠什么和资本博弈了。

此外还不能忽视的一点是，中国电影的全面崛起是在包括好莱坞在内的世界电影业被诊断为夕阳产业的时候发生的。我不排除中国电影反身挽救世界电影业的可能性，但电影在西方成为夕阳产业，并不是因为产业自身的衰弱，而是由于数码技术的冲击。数码技术终结了胶片，柯达公司破产了，全美和全世界绝大多数的电影洗印厂都倒闭了，换言之，电影的介质替被换掉了。原来电影就是靠这个介质区别于电视和录像，区别于一切其他影像艺术的，但现在它们是同样的介质了。

今天使电影产业继续存在的东西是影院，但VR（visual reality，虚拟现实）技术取代的就是影院。很多人把VR当作一个商机，其实VR完全可能是电影终结者。中国电影产业急剧扩张所面临的就是这个关头——一个技术断裂、一种终结性的技术转折，这不是中国的资本规模、观众数、影院数、银幕数可以拯救的。

<http://media.china.com.cn/cmrw/2016-04-17/702233.html>

我们如何能够创造出某种非西方中心的知识，并进而重新理解中国的现实、想象中国的未来？

“但大家在中国市场看到了商机。”戴锦华认为，中国电影的异军崛起和万达模式以及政府的推动力度分不开。“以前只在北上广一二线城市有大的影院，但万达的房地产开发模式带动影院直接向六线城市铺陈，培养了新观众，造就了巨大的市场。”戴锦华同时提醒，虽然去年中国电影取得了超400亿元的票房，但在13亿人中我们仅有几千万观众，市场潜力仍然非常巨大。

戴锦华曾说过，中国电影是被钱噎住了，好电影应与资本控制无关。“目前中国电影只是单纯的资本事实，但电影还是文化事实，社会心理事实。”戴锦华认为，因为资本的逐利性，所以会选择低风险、高回报的电影，这也是造成这两年国内外电影鲜有佳作的一个原因。“当大家发现最稳定的电影观众是青少年，他们都是动漫、游戏喂养出来的，所以市场里出现了各种动漫的真人版以及超级英雄的续集，而这种电影是最可能有票房保障的。”

为何在大家看起来很低级幼稚的电影，在中国仍能取得不错的票房？戴锦华认为，这和中国观众目前还不够成熟有关。“中国观众没有观影经验，也没有对电影工业的了解，所以我们看到了现在放大了100万倍的ip热。”不过戴锦华认为，在互联网时代，这种现象马上就会过去。“只要看进去了一部电影，他就会在网上找来同类型的其他电影。”

在戴锦华看来，整个中国电影在数码转型的过程中要走到哪里去，如何形成稳定的文化价值才是目前最重要的问题。“电影是大众文化，一定要和民族文化高度内在相关。它不是靠俊男美女吸引观众，它一定有一个内在的‘核’。但我们还没有形成稳定的价值内核，也就没有形成我们自己的叙事模式，希望中国电影今后能参与到自身文化价值的形成过程之中。”

<http://cul.qq.com/a/20141205/016891.htm>

从去年开始，我们大概要反过来数，哪部好莱坞大片中没有中国元素，中国元素变得无所不在的，中国元素成为必须的，但是所有的这些中国元素有任何文化的意味吗？尽管许纪霖教授说文化和文明是不能相比的，但是我现在要说的是，好莱坞电影中的中国符号甚至没有任何文化的意味在其中。比如，《X-Man》一片黑暗中出现了一个字幕叫“CHINA”，然后在这个黑暗空洞的场景中有几个中国式的屋檐标识着是中国；有时候是中国的女演员进入到场景中；或者《地心引力》中最终成就美国飞行员返回地球的是中国太空船，中国的符号是漂浮着的乒乓球拍和韭菜大葱，还有键盘的汉字，广东话的声音，聪明的、智慧的、作为人类形象的美国宇航员参照俄国太空船的键盘排列方式猜想了中文的意义，他们不知道中国最晚1973年开始便全部采取了美国制式……

好莱坞的电影里中国形象无处不在，并不能简单地说明我们可以乐观地相信中国崛起，中国形象提高了，美国终于把它傲慢的目光朝向中国了，不能说明这个问题。原因何在？原因很多，其中之一是中国形象是我们买来的。因为太多太多的好莱坞电影当中，中国资本的份额在提高，甚至有很多我们视之为好莱坞代表性作品的影片，不过是全部中国资本反销中国市场的结果。所以，在这种情况下，它本身并不是一个单纯意义上的文化标志，它仍然是GDP的一个组成部分。所以，要回答中国崛起，中国电影腾飞，中国电影作为中国的形象名片，作为文化终端作为一个参与建构的重要角色，还要中国电影自身来回答。

问题： 资本大量流入好莱坞，这对中国文化输出有什么意义？