

as 依马狮传媒

国际标准
连续出版物号:
ISSN 1009-0843

电影中国

CINE CHINA

揭秘纪录片拍摄，一支镜头就要47万
《梦华录》火了，为啥能拿到8.8分？
怎样才能拍出爆款纪录片？

制作成本最高的 10部国产电影



2022.03期
NO.3 VOL.11 MAY/JUNE

www.imaschina.com

05/06

ISSN 1009-0843



05>

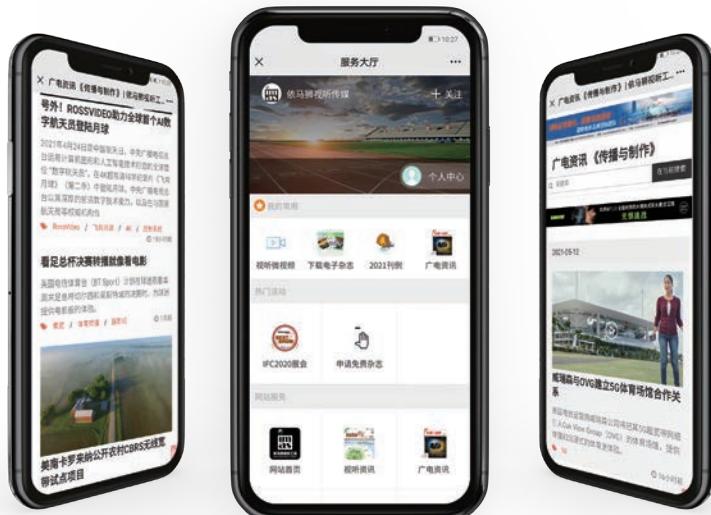
9 771009 084001



依马狮网
www.imaschina.com



内容触手可及 手机一键直达



特色
橱窗

微视频

资讯榜
(会员免费)

展会
日程
(会员免费)

头条

关键词

企业
专区

下载
中心



第二十九届中国国际广播电视信息网络展览会 中国·北京

CHINA
CONTENT
BROADCASTING
NETWORK

WWW.CCBN.CN



2022年



封面图片
《梦华录》剧照。

□ 卷首语 EDITOR'S NOTE

汪稳功

本刊欢迎各位读者踊跃发表意见和建议，
请Email: wwg@imaschina.com。



发行人/总编：汪稳功

副总编：李爱光

主编：刘业华

高级记者：田婉婷

荣誉顾问：温文杰 杨昆鹏

资深编辑：孔小芳 李利平 马开春

编辑：何传威 芦伟 施映秋 刘海伟

广告 (Advertising)

深圳：吴涛 (taowu@imaschina.com)

0755-8386 2930*810

毕文娟 (wjbi@imaschina.com)

15012887931

北京：汪琛 (cwang@imaschina.com)

13911265797

马毓蔓 (xma@imaschina.com)

13641031039

上海：孙小雨 (ysun@imaschina.com)

13816866321

International: Wengong Wang (wwg@imaschina.com)

Japan: Eiji Yoshikawa (callems@world.odn.ne.jp)

读者服务(Reader Service)

总经理：吴涛

行政及IT副总经理：饶宏龙

美术总监：侯方龙

图文编辑：周维容

IT经理：黄少武

IT助理：宁鹏成

深圳依马狮传媒运营中心

地址：深圳市福田区彩田路3069号星河世纪A栋3602室

电话：0755-83862920/30/70

传真：0755-83862920

印刷：深圳市彩之欣印刷有限公司

出版日期：2022年6月25号

定价：人民币15.00元

国际标准连续出版物号: ISSN 1009-0843

广告总代理：深圳市依马狮广告有限公司

所有本刊刊载之文章和广告，均不代表本刊立场和观点。本刊不负广告客户和文章作者侵犯他人版权或者其它权益之任何直接和间接连带责任。

本刊同时进行数字发行，作者如无特殊声明，即视作同意授予我刊及我刊合作网站信息网络传播权；本刊支付的稿酬已包括此项授权的收入。

《电影中国》为依马狮传媒旗下刊物。依马狮传媒同时出版《传播与制作》、《信息化视听》，系国内领先的视音频技术领域的专业信息提供商，全线覆盖广播电影电视、专业视听、电影娱乐与家庭影音各视听技术细分市场。



《电影中国》为依马狮传媒旗下刊物。依马狮传媒同时出版《传播与制作》、《信息化视听》，系国内领先的视音频技术领域的专业信息提供商，全线覆盖广播电影电视、专业视听、电影娱乐与家庭影音各视听技术细分市场。

疫情影响下，大公司们换“战场”

疫情对影视行业的影响越来越大，而且这种影响不仅仅局限于票房。

制作环节受到很大影响，纵观今年上半年的行业动态，会发现小的制作公司几乎都偃旗息鼓了，没有什么新电影的投拍计划，大公司也都在压缩开支、对项目把控更严格，于是有了欢喜传媒和导演王一淳之间的纠纷，这家上市公司，连1000万出头的文艺片也撤资了。

在这样的情况下，中影摆出了老大哥的姿态，将投入超过36亿，制作29部真人电影，其中包括《流浪地球2》《独行月球》，以及张艺谋的《满江红》等作品，其中《流浪地球2》《独行月球》等三部作品就计划投资17.2亿，值得期待。

由此可见，电影这个“高风险、低回报”的行业，大公司成为主导者的趋势越来越明显，慢慢向好莱坞八大电影公司主导市场的模式靠拢，希望大公司们能担起培育市场的责任，多给新导演们机会吧。

发行环节，春节过后缺少大片是不争的事实，大片纷纷撤档，小片无法拉动市场。因此《侏罗纪世界3》上映后，哪怕口碑平平，首周末还是拿到日均1亿多票房的好成绩。

但仅靠一部大片救不了这么多影院，市场复苏还需要更多影片补给，但不少制片和发行公司开始换了“玩法”，比如头部公司联瑞影业，成立了“联瑞小树苗”，换战场开始扶持网大了。

院线和网大，不同的平台不同的玩法，后者走得更快也变得更快，经过前期的无序发展和后面的成长迭代，目前平台开启了全新的分账模式，想从中分一杯羹不那么容易了。本期杂志，我们从视频平台的分账模式，以及爱奇艺通过战略突围完成首次盈利，用两篇文章阐述网大市场的变化。

随着电影市场的低迷，吃“电影饭”的周边领域也都受到影响，比如卖品、宣发物料、电影衍生品等几乎陷入停滞，映前广告和植入广告也大幅锐减。没有大片、没有稳定的人流，广告商更愿意把钱投入到其他平台，映前广告该何去何从？本期杂志也做了相关讨论。

当然，作为媒体，我们依然保持对影视的关注。电影方面，本期杂志带来了《密室逃生2》的主创专访，疫情环境下，如何用小成本缔造大惊喜，这部电影是很好的范例。近两年多了不少纪录片，我们也带来了《北极熊》的幕后分享，看一下他们是如何用47万的镜头抓拍北极熊的。最后，还是希望疫情能早日过去，也希望8月份的BIRTV能如期顺利召开，到时大家可以到现场和我们面对面交流。



传播与制作

BROADCAST & PRODUCTION

CREATION | MANAGEMENT | DELIVERY | AUDIO

SONY

TRIMASTER HX
4K

惟细节见真章
HDR BT.2020



传播与制作杂志官方微博

微博大V

随时随地发现行业新鲜事
您的精准推广利器

传播与制作杂志
今天 10:51 来自微博 webto.com
森海塞尔推出沉浸式车载音频系统

森海塞尔与南加州的豪华汽车制造商卡玛汽车公司合作，为车内娱乐和通信提供一种新的AMBE0沉浸式音频解决方案。该车娱乐系统将两个开放的、由排列在两个主层的多声道扬声器设置和一个低音炮组成。汽车的头部也被集成到扬声器的概念中。在该系统可以处理特殊的3D音频数据... [展开全文](#)

传播与制作杂志
今天 04:40 来自微博 webto.com
华盛顿橄榄球赛季前赛直播增加预演海报

随着华盛顿全国广播公司体育频道和华盛顿红人队宣布推出该球队季前赛交叉互打式、预演式精彩的电视直播“预测比赛”，美式足球季前赛给华盛顿球迷带来了更多乐趣。
“预测比赛”是美国国家橄榄球联盟（NFL）推出的第一个互动广播节目，是一场... [展开全文](#)

传播与制作杂志
今天 08:42 来自微博 webto.com
超过三分之一英国在线观众“五年后不会看电视”

英国通信办公室（Ofcom）最新的《媒体观察》报告发现，38%在线观看内容的观众表示，他们无法想象五年后会看广播式电视。该报告考察了2019年英国电视收视情况，上面的数据是报告中众多关键结果之一。报告还发现，目前约有一半的英国家庭订阅流媒体服务... [展开全文](#)

传播与制作杂志
07月11 11:00 来自微博 webto.com
美国付费电视运营商保持乐观

来自内容保护和多屏电视解决方案提供商以及国际研究和战略咨询公司MTM的“2019年美国付费电视创新论坛”表明，美国正在推动美国付费电视市场的挑战。该报告包括今年夏天早些时候在纽约举行的一次特别研讨会上收集到的一些见解，与会者包括代表... [展开全文](#)

传播与制作杂志
07月07 10:39 来自微博 webto.com
2024年全球付费电视市场规模超11亿户

也许传统付费电视的消亡被夸大了。ABI Research的付费电视订户市场数据报告显示，尽管付费电视平台在增长，但到2024年，全球付费电视订户数量预计将达到11亿户。
ABI的报告并不争辩流媒体正在影响付费电视市场，尤其是在北美。该地区的有线、卫星和IPTV服务在2019年... [展开全文](#)

传播与制作杂志
07月11 07:34 08:02 来自微博 webto.com
美国有线电视运营商正寻求准入5.9 GHz频段的时候

美国有线电视运营商正寻求准入5.9 GHz频段。这一频段通常是由联网汽车预留的。这一要求是在美国互联网和电视协会（NCTA）、有线电视运营商康卡斯特和Charter与美国联邦通信委员会（FCC）主席阿吉特·派（Ajit Pai）的法律诉讼变论大获全胜。 [展开全文](#)

CONTENTS

电影中国
CINE CHINA

www.imaschina.com

2022年05/06月号



P04 卷首语 EDITOR'S OPENING NOTE

P08 行业资讯 INDUSTRY NEWS

P09 产品动态 PRODUCT NEWS

P50 广告索引 ADVERTISING INDEX

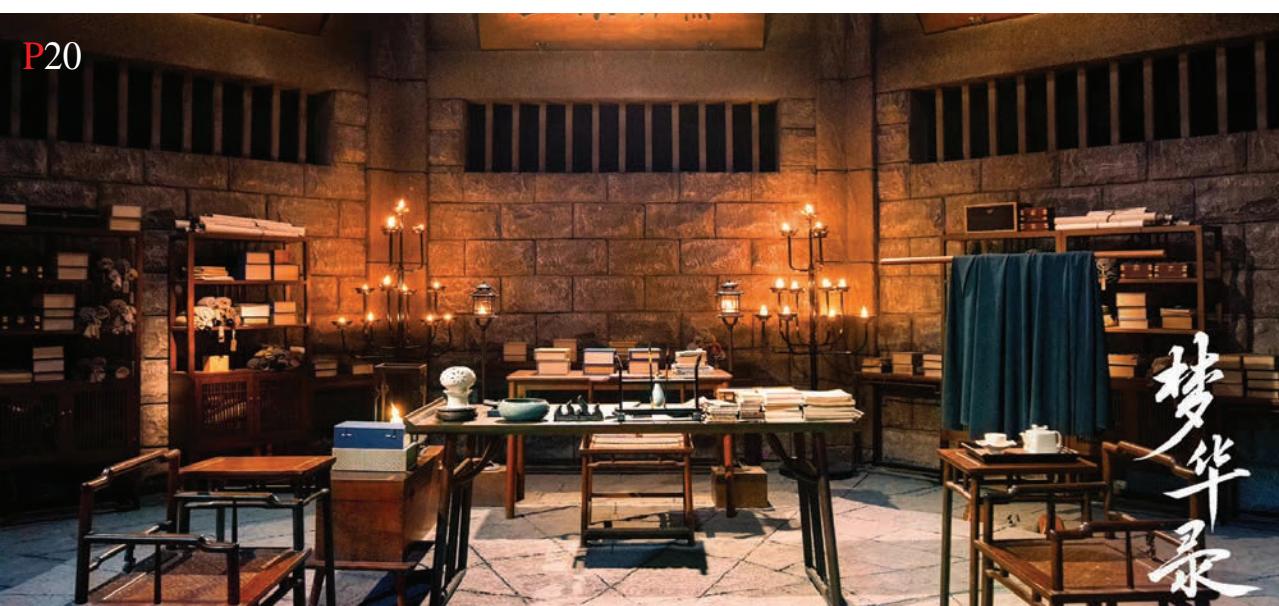
主编会客室 DIALOGUE

- P10 《密室逃生2》专访：
最恐怖的密室是外放抖音的屋子



制作人访谈 PRODUCER'S VIEWPOINT

- P20 《梦华录》火了，为啥能拿到8.8分？
P24 《风起陇西》导演路阳：要拍一个“硬”故事





创意制作 PRODUCTION

- P27 2022高考满分作文,
原来在这些电影里有答案
P30 揭秘纪录片拍摄,
一支镜头就要47万

行业纵横 INDUSTRIAL ROUNDUP

- P32 爱奇艺首次盈利背后,
龚宇谈“爱奇艺拐点”与“战略突围”
P36 制作成本最高的10部国产电影
P38 怎样才能拍出爆款纪录片?
P42 映前广告, 该何去何从?
P46 视频平台开启新分账模式,
网络电影不那么好玩了

电影博客 MOVIE BLOG

- P49 产业事件



导演王一淳举报欢喜传媒税务虚假抵扣

日前，电影《黑处有什么》导演王一淳在微博实名举报欢喜传媒税务虚假抵扣，并自述“给欢喜干了一年活儿之后，没拿到一分编剧费、导演费、承制费，还倒找了他们100多万，现在他们还要为22万强制拍卖个人的房产。”之后，欢喜传媒向“新浪娱乐”回应此事：“王一淳想拍一个电影，我们公司投资给她，她不符合我们约定的投资合同，悄悄把钱转到了自己的私人账户、私人公司和个人工作室，也完全没有告知我们”，“我们就去打官司，法院一判二判都判定是这个是她违规，所以项目停止，她必须把钱还给我们。她很不甘心，所以就到处抹黑我们，一直在威胁我们。打嘴炮没有意义，如果觉得不公平，完全可以起诉。以法院的判断为准吧。”



大众电影百花奖启动投票

按照《大众电影百花奖章程》的有关规定，参评影片范围限于取得国家电影局颁发的《电影片公映许可证》、观影人次达100万以上、在当届评奖周期（2020年2月1日至2022年2月28日两年度）内全国城市影院发行放映的国产影片。今年大众电影百花奖将进行网络注册投票，观众可以通过点击链接或扫描二维码、小程序在手机和PC端进行投票。



《光年正传》不在中东地区上映



据外媒报道，《光年正传》不会在特阿拉伯、阿联酋、巴林、埃及、科威特、阿曼和卡塔尔等中东市场的影院上映，也不会进入马来西亚、印度尼西亚的影院。不在这些市场上映的原因是：电影中涉及到同性角色亲吻的镜头。报道指出，在这部电影《玩具总动员》(Toy Story)的前传电影中，有一位名叫Alisha的同性恋太空游侠和她的伙伴接吻的场景。在中东的许多国家，以LGBTQ+角色为主题的电影经常遭到审查或被禁止，甚至涉及这方面题材的影片也难以幸免，因为同性恋在这些地区是非法的。

上海国际电影节顺延至明年举办

日前，上海国际电影节组委会发布公告称，第25届上海国际电影节顺延至明年举办。公告写道

“因疫情的影响，上海国际电影节组委会决定：原定于2022年6月举办的第25届上海国际电影节顺延至明年举办。在此，向关心支持上海国际电影节的社会各界人士表示由衷的感谢和诚挚的歉意。我们将在条件允许的情况下，于今年下半年陆续策划举行有关影展和主题活动，共同分享电影艺术和电影活动带给我们的愉悦体验。”



第二十五届上海国际电影节
25TH SHANGHAI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

可证》、观影人次达100万以上、在当届评奖周期（2020年2月1日至2022年2月28日两年度）内全国城市影院发行放映的国产影片。今年大众电影百花奖将进行网络注册投票，观众可以通过点击链接或扫描二维码、小程序在手机和PC端进行投票。同时，我们将采取严格、有效的技术手段，制止虚假、恶意的刷票行为。我们相信，网络新媒体投票渠道的拓展，将会大大方便广大观众的投票，增强百花奖与观众之间的良性互动。投票、观众评委的产生以及各个最佳奖项的最终归属过程，将由公证机构全程跟踪，严格监督。本届大众电影百花奖设监审委员会，负责监督评奖工作全过程。

ARRI推出新款摄影机

日前，ARRI推出新款摄影机，型号为ALEXA 35。这款摄影机率先搭载全新影像传感器，其动态范围增大2.5档，弱光表现更佳，色域更宽广。ARRI新开发的REVEAL色彩科学充分释放新影像传感器的画质潜力。全新ARRI成像质感功能使机内创作力更强大。ALEXA 35秉持ARRI一贯的优良品质和易操作性，ALEXA 35拥有17档动态范围（曝光宽容度），远超任何数字电影机型。与前代ALEXA相比，其高光宽容度增大了1.5

档，暗部宽容度增大了1档。同时，ALEXA 35延续了近似胶片感的自然的高光过渡，对于电影人来说俨然踏进一片新天地。ALEXA 35机身和镜头卡口新增了周密的杂光抑制设计，确保影像传感器完整捕捉任何一支镜头的完整反差与成像个性。ALEXA 35更高的动态范围加上杂光控制技术，应对现场任何光线挑战更轻松，后期更灵活，能为HDR项目提供最高品质创作素材。此外，ARRI已经为



ALEXA 35打造了一整套新附件，以扩展摄影机功能，加速现场效率与灵活性。根据机身外形量身设计的电子附件可为ALEXA 35提供更多供电输出选项或扩展音频功能。全套新机械附件变换轻松高效，从小型轻量化系统到电影级的全副武装，能灵活应对任何拍摄环境。

Datavideo发布4K云台摄像机

PTC-280全新4K云台摄像机是Datavideo推出的4K 50 / 60p云台摄像机系列产品之一，并可通过RS-422接口、Datavideo专属的DVIP控制协议，或是Sony VISCA协议实现IP远距控制。全新的4K摄像机支持双串流信号输出，可广泛用于音视频应用市场，亦可以轻松地将高质量影片推流到快手(RTMPs)、Bilibili和斗鱼进行直播。PTC-280分辨率达2160p 50/60，PTC-300具备12倍光学变焦，可同时通过HDMI 2.0输出2160p 50/60视频，以及通过3G-SDI输出1080p 50/60视频。拥有专业的2D/3D降噪技术用来降低噪讯，确保视频鲜锐。可通过Datavideo SHOWCAST 100、RMC-300A、RMC-



180控制器以及摄像机远程控制软件APP，控制PTC-280 4K云台摄像机上下左右旋转与变焦。可支持自定义预设位置。

美乐威推出音频转换采集设备

美乐威发布兼容多协议IP音频转换采集设备——Pro Convert AES67。该设备支持包括AES67、NDI®和SRT在内的标准和协议，可以在不同的IP媒体技术之间灵活转换，同时还能够无缝连接模拟音频、软件和IP网络。新设备支持的IP音频技术主要是AES67。Pro Convert AES67能够发送和接收多路八声道单播或组播AES67音频流，实现与第三方AES67音频解决方案的无缝对接，同时还支持SMPTE 2110-30规范，可以在IP网络上传输PCM数字音频。该设备还支持使用NDI®技术传输未压缩的音频，或者使用低延迟的SRT协议传输压缩的AAC音频。



Pro Convert AES67可以在AES67、NDI®和SRT这些IP音频之间相互转换，从而实现混合了第三方技术的本地和远程制作工作流，这些工作流往往包含支持不同标准和格式的第三方产品。该设备可以将模拟音频编码为AES67、NDI®或SRT流，无缝接入IP网络，同时还能将这些格式和协议的IP音频流解码成模拟音频输出。

佳能推出多款新品

佳能（中国）有限公司宣布推出两款EOS R系统APS-C画幅专微相机EOS R7和EOS R10以及两支RF-S镜头新品RF-S18-45mm F4.5-6.3 IS STM和RF-S18-150mm F3.5-6.3 IS STM。这两款专微相机拥有高画质、轻巧、快速、易用的特点，EOS R7支持无裁切的4K 60P和7K超采样4K 30P高画质短片记录，EOS R10则支持有裁切的4K 60P和6K超采样4K 30P高画质短片记录。而且，两款机型都支持4:2:2 10bit HDR PQ记录模式，可以记录具有更高亮度和更广色彩范围的高画质影像。另外，如果有后期调色需求的话，还可以利用EOS R7记录4:2:2 10bit Canon Log 3伽马影像，非常适合专业用途的高画质视频制作。新RF-S系列镜头是佳能为APS-C画幅感应器专微相机而开发的新镜头系列，采用APS-S画幅成像圈和RF卡口，秉承了RF卡口镜头大卡口直径，短后对焦距离，新卡口数据通讯系统三大特点，可兼容EOS R系列全画幅相机。





《密室逃生2》专访： 最恐怖的密室是外放抖音的屋子

由泰勒·拉塞尔、洛根·米勒、霍兰·罗登等主演，亚当·罗比特尔执导的惊悚续集电影《密室逃生2》内地上映后反响不错。

影片在剧情上承接前作，讲述了幸存者佐伊（泰勒·拉塞尔饰）和本（罗根·米勒饰）为了揭开“米诺斯”的罪行再次返回密室，没想到结识了一众新的“冠军玩家”——包括霍兰·罗登饰演的Rachel在内。他们卷入到了一场全新的危险游戏中，神秘组织“米诺斯”也在酝酿着更大的阴谋。

影片导演亚当·罗比特，以及罗根·米勒、霍兰·罗登这两位主演分享了电影的台前幕后。导演认为，恐怖片不等于R级片，不用血浆也能吓到观众，也是件很有意思的事儿。他希望打造类似于《权力的游戏》的感觉——没有哪个角色是安全的，每个密室的死亡人数也相对随机，这样会给观众个更大惊喜。

当被问到，会不会觉得本片跟《异次元杀阵》等“密室”电影很相似，导演表示其实从七十年前阿加莎·克里斯蒂的《无人生还》开始，“密室杀人”的故事就在不断被讲述。他还表示，他知道很多中国观众都很喜欢玩儿“密室”游戏，希望他们能因此对大银幕上的故事产生更多共鸣。

罗根·米勒与霍兰·罗登则分享说，拍摄过程中对于体能要求很高，这是他们事先没有想到的。霍兰补充了一些她所饰角色Rachel的背景故事，罗根谈到了他对于所饰“本”与女主角佐伊之间的化学反应，有怎样的期待。而他们心目中最恐怖的“密室”里面都有什么？罗根坦言，是“跟小孩儿共处一室”，霍兰则更干脆——她受不了身处于“外放抖音”的屋子里。

——导演亚当·罗比特专访实录——

你觉得第二部中最重要的要素是什么？

亚当·罗比特：对于这部电影，最重要的首先是要把这个宇宙扩展一点点；还有要让大家意识到不仅仅是密室，人们生活中的任何事情都可能会受其影响。真真假假，人生如戏，很难去分辨。在现实世界中，我们谁都预料不到这场疫情，人们会开始去想，也许自己并不能如想象中那样完全掌控自己的人生，于是就会和这部电影产生共鸣。

所以核心就是，米诺斯（幕后大boss）无处不在，你不能相信任何人，那种心理解谜元素使故事变得有趣。还有更酷、更大、更疯狂的空间——铁轨上的火

车车厢瞬间化为雷雨；装饰艺术风格却带激光网格的银行；一片你会带老婆孩子去度假的海滩，却变成了一个深坑……我们再次选取了一些优美的场景，然后将其变成了致命密室。

有些密室过关时1个人都没有淘汰，有些过关时淘汰了好几个人，这么随机是有意设计的吗？

罗比特：是的……我想在影片结尾，你会有很多疑问，因为米诺斯太戏剧性了——你不能相信任何东西，这也是我们这个宇宙和世界中谜题的一部分天性。说到死掉的角色，我想在续集中，让一些人在第一个房间就出局。我有点想要《权力的游戏》那种感觉，没有人能够完全安全。

我不想在经过几个房间后，角色都幸存下来了，我想让观众觉得“原来这真的会死人！”“至于哪个角色在哪里会幸存，我想这就是自然而然地创作出来的——比如中间某个时刻，你觉得本的身上该发生点儿大事了，这都是过程中必然的。所有都与这些密室本身，以及它们的运作方式息息相关，谁在哪儿发生了什么这些。

所以你构思这些密室时，核心灵感来源是什么？

罗比特：首先，我看了很多文件——当构思剧本时，我阅读了大量材料，去找到我理想中密室的样子。比如说，我想加入“流沙”这个元素，所以为什么不来个古庙主题的密室呢？这个点子看起来确实酷，但那样的话就不像个密室逃脱主题了，更像是《夺宝奇兵》。后来我们就想，要不就设置成一片美丽的海滩吧，这才对味儿。

所以这个过程就是：提出想法，查阅各种概念图片——就像那个水箱，我曾经设想把水箱设计成一座漂亮的法式乡村小楼，里面有床一类的家具，然后把它灌满水。但老实说，我们并没有足够的时间和资源去实现，所以我还是用了钢笼，是一个很好看的笼子。回到你的问题，我只是提出一堆想法，然后我们的制作设计师爱德华·托马斯创作出了非常赞的概念图，我们就依图建造场景。除了银行是实地装饰并取景，其它大部分你在电影中看到的场景都是在摄影棚里搭的布景。



所以这部电影的制作是在疫情前完成的吗？用了多久？

罗比特：是的，就在疫情开始之前，我们在南非开普敦完成了85%左右。后来，我们又在疫情发生后拍了6天左右，还好我们都挺过来了！

这太好了，整个制作持续了多久？

罗比特：应该是50天的样子，我其实对中国市场感到很激动，因为我知道中国有很多这种密室逃脱游戏，所以能产生很多共鸣。我真的希望中国观众会喜欢这部电影，因为你们对这方面非常精通，我会为此祈祷的。

是的，密室逃脱是很多人娱乐生活中必不可少的一部分，我相信许多观众会对大银幕上的故事产生共鸣！

《密室逃生》这个系列充分证明，恐怖片不等于R级片。你同不同意这种说法？

罗比特：同意！R级片有它的地位，我就很喜欢拍一些R级电影，我喜欢用血浆，但我也觉得不用这些也很有趣。因为这让我觉得更“希区柯克”——你可以把桌子下面的炸弹展现给观众，这样就会吓惨他们；你并不需要去砍掉一个人的头，去让观众感到害怕。这可能是一种PG-13特有的、但大家都没意识到的“优雅”。但话虽如此，我也很爱一些很棒的R级电影。

当你最初创作第一部时，有已经在构想第二部了吗？

罗比特：我确实想过如果我们做得好，那么是有一个宇宙可以让我们去发掘的。有关谜题设计者的故事、制造密室的人，我还想做一部电影——大家最初只是看别人通关，然后自己就被拽到游戏中去，后来发现是一群混蛋以看他们闯关取乐……有很多不同的方向可以探索，你会有期待，但老实说，我当初并没想到第一部可以这样成功。

为什么这一部的主角依旧是本和佐伊呢？我知道他们是上一部中唯二的幸存者，但你没想过换主角吗？

罗比特：我真的这么想过，还找了一版完全不一样的卡司团队。但我又觉得，本和佐伊从第一部中幸存并广受观众喜爱，他们善良，观众也喜欢他们的故事。所以我就想，为什么不让这两位宝藏角色回归呢？虽然重



新讲个故事很有趣，但你得完全从头来过——你得重新认识角色。所以拍摄续集最简单的方法就是，承接上一部，因为大家真的很想看到这两个角色是安全的。

说到本和佐伊这两个角色本身，他们两个的关系不完全是爱情，而是有些更深层的感觉在。你是怎样决定将二人之间的关系设定成这样的？

罗比特：这真是个好问题！我觉得我们想要一点点接吻的戏份，而且本肯定是喜欢佐伊的，也会去关心她。佐伊的话，我觉得她对本更多是友情。但我们从来不想把这段关系定性，没准儿到最后他们真的会接吻，只要他们被关在密室里足够久（笑）。至少他们有抱在一起了。

那么哪一个密室是你觉得最难设计的呢？

罗比特：肯定是沙滩那个。我们用的是真的沙子，演员也都真的陷进去了。沙子不断飞进他们眼睛，闻起来那腥味就像是死螃蟹。这绝对是搭建起来最具挑战性的场景，你看到角色在往下陷，拍摄的时候也真的如此，我们运用了水解(hydrolysis)技术。这个场景需要有很多预先设计，才能实现那场戏的效果。其实所有场景都很难，水箱那个也是，非常难拍。但沙滩的绝对是其中难上加难的一个。

这部续集诞生后，《密室逃生》逐渐成为了一个引人注目的系列。那么对于人们把《密室逃生》与其它拥有相似元素的恐怖电影系列对比——比如《电锯惊魂》系列、《饥饿游戏》系列，甚至是《异次元杀阵》系列——你有什么想法？

罗比特：我很喜欢那些电影，但如果你回顾《电锯惊魂》，就会发现早在60、70年前，阿加莎·克里斯蒂就已经开始创作把人困在密室的作品了。因为我们的定级是PG-13，米诺斯创造出这些精美的空间，所以我们很具“包容性”。我有朋友跟我说，我没法跟孩子一起看《电锯惊魂》，但可以一起看《密室逃生》。但也有很多人会说：“这就是在模仿《异次元杀阵》嘛。”其实不然，当你回望历史，就会发现从阿加莎·克里斯蒂开始，人们已经沿着《无人生还》这条道路创作了快一个世纪作品了。

——罗根·米勒&霍兰·罗登访谈实录——

罗根，当你拍完第一部时，知道自己会回归这部续集吗？

罗根·米勒：我们当时确实有做成一个系列的想法，但我们不知道的是，我们会有多走运？观众会喜欢吗？我们很高兴的是，正如很多人所期待的，第一部《密室逃生》取得了极大成功。从那一刻起，我们就觉得这是对观众的一种责任——我们要让观众更刺激。我很开心能成为其中一员，也很高兴我们能与第一部的团队合作，同时加入新鲜血液，从而使这一部更加有趣。

提到新鲜血液，霍兰·罗登，你是在第一部上映时就看了，还是在接了第二部之后才看的上一部？

霍兰·罗登：我之前也曾试镜过一些系列电影的续集，取决于角色，如果在影院上映了我会去看。这次为了试镜，我想那就看看吧。结果非常好看！我非常喜欢其中的平衡——你认识了角色，开始“冲冲冲”；但





同时又有惊悚片的节奏，这是很难有组合的。我觉得上一部的执行超级棒，很爱那些场景，当我锁定这个角色之后，真的迫不及待想看看那些场景的样子，还有罗根、泰勒·拉塞尔等等极富才华的演员们。我真的是“整装待发”了！很荣幸能参与到这个系列中来。

在整个制作过程中，你们觉得最大的困难是什么？最难拍的一间密室又是哪个？

罗根：整个过程都非常难，因为你要在不同房间中都表现得十分精准、小心翼翼，还要时刻保持着那种高涨的求生意志。一直将能量水平保持在那种高度是个巨大的挑战，但对我来说，最困难的就是——我是“水箱”那关的一员，而我会独自被困水中并想方设法逃出去。那场戏无法来假的，所以我必须亲身体验，那种感觉真的很糟糕。但是，怎么说呢，到最后一切都值了。

霍兰：我们每天都要在那种场景中拍摄，这对于每个演员来说是全新的体验，因为绝大多数电影拍摄都不会这样，对耐力的要求是不一样的，在体能层面来说确实有点吃不消，所以这是困难的一部分。后来我就有所准备了，这是完全不同的表演体验，尝试不同的表演方式是件有趣的事情。在整个过程中最难的我选不出，但银行那个场景对我来说绝对是非常困难的，因为柜台很高，我很矮（她身高1米6），不能用手爬上1米2的柜台很难。这不是大家的问题，只是我的问题。

(笑)才不是你的问题，你很棒！银行那场戏你们当时知道激光会在哪里吗？你们如何表演出那种躲避的感觉呢？

罗根：现场有拉起来的彩色纺线，以此来告诉我们那些激光射线会在哪儿出现。所有的元素都在那，这很不错，能让我们知道具体位置。谢天谢地那不是真的镭射激光。

真的是谢天谢地。那么如果让你们定义心目中最恐怖的“密室”，你们会怎样描述？可以展开丰富的想象。

罗根：对我来说，最恐怖的莫过于给我所有的邻居看孩子，这意味着我要独自跟那些小孩共处一室整整

4天。我没接受过训练，没换过尿布，不知道怎么喂小孩……我要想尽办法让这些孩子活下来，同时我自己也不能牺牲。天哪，当个保姆简直是最惨的事了！

霍兰：我要说的跟罗根说的很像，我觉得把我锁在外放“抖音”“软件的屋子中是最噩梦的。也许对Z世代的孩子们来说这是再好不过的，但对我来说这就是最恶毒的诅咒。我是八零后的千禧一代，我可能还会跟那些在抖音上分享菜谱的人们一起玩儿，但我会很烦他们注意力不集中一直刷手机的样子。

这两个回答都太赞了。霍兰，你能跟我们分享更多关于Rachel这个人物背后的故事吗？我们在电影中根本没看够（关于她的部分）！她看起来是个非常正派的人，好像不怎么害怕受伤。

霍兰：我们拍了很多不同版本，更好衔接片中节奏。Rachel曾是内科急救专家，所以她能诊断伤情，并在认为有人受伤时冲上地铁查看。我很高兴能把她的特点与几个密室结合起来——这样就让她身为内科急救专家，同时又被选中去到第一个房间这些事看起来不会很痛苦，考虑到她的身体状况。所以她的情况其实很微妙，我想最终她可能会因此感到此生十分孤独，也正因如此她才会戴各种穿刺饰品、纹身来让自己有所感觉。她的心理负担会比一般人还要重，因为身体上的那些她感觉不到。

最后一个问题是问罗根的——你对本和佐伊的关系有什么看法？我看了电影，所以我知道结局是怎样的。但你的想法呢？

罗根：首先也是最重要的一点——我们必须想办法离开那架该死的飞机！一旦这点实现了，我想在第三部电影中看到双线叙事。我想要让他们继续找一些新的陌生人来玩那些危险的密室，佐伊和本则在幕后做一些《十一罗汉》那样的事情——秘密潜入真正的主框架，想办法通过重重考验，并最终见到那些终极的“游戏大师”。这是对佐伊和本来讲的《碟中谍》《十一罗汉》式任务，同时密室中的致命游戏还在进行着。这样的话，我觉得看起来会非常酷。■

王宝强再当导演能逆袭吗？

由王宝强自导自演的电影《八角笼中》已经杀青。甄子丹和陈思诚近日先后前往剧组探班，影片开始进一步闯入大众视野，博得更多观众的关注。



《八角笼中》讲述了向腾辉（王宝强 饰）倾注心血想把当地孤儿培养成格斗运动员，然而随着往日表演格斗的视频被爆出，他的生活和孤儿们的前途都陷入困境。

这是作为导演的王宝强首次将创作焦点对准现实主义题材，也是他继《大闹天竺》之后时隔五年再度以导演身份回归影坛。

2017年，王宝强导演处女作《大闹天竺》豪取票房7.56亿，但豆瓣评分仅有3.7，影片本身陷入争议的同时，也让他导演能力备受质疑，甚至有观众直接抨击，“王宝强不适合做导演，还是回去做演员吧！”

但当时的他却坚定地回应：“万事没有绝对，努力可以改变一切！”

可见王宝强从来打算没有放弃自己的导演梦。《八角笼中》的开机，意味着他在导演路上开启了新的尝试。

而如大家所见，像王宝强一样，以失败为成功之母的导演着实不在少数。他们最终的走向，也各有不同……

回应质疑 重新开始

“宝宝想说，谁出生就能当导演？我也是在一直被说不适合当演员的声音中走过来的，如今却都认可了我的演员身份。我想应该给大家一个正确的引导，努力可以改变一切！”

王宝强曾经公开承认《大闹天竺》的不足。但与观众认为影片失败的看法不一，在他心里，能在印度艰苦的环境中完整地把片子拍下来，到片子能和顺利与全国观众见面，这对于一个新人导演来说，已经是一种成功。



“宝宝”不止一次强调导演需要极强的专业性，并承诺自己会花更多时间和努力提高导演能力，“总不能人生第一次不足，就确定以后也成不了导演。”

转眼五年过去，他这些年努力的结果，即将在新作《八角笼中》得到验证。

与王宝强一样，包贝尔的导演身份同样是不被大众看好。

2018年，包贝尔交出了导演处女作《胖子行动队》。影片勇闯当年的国庆档，硬碰同日开画的《影》

《无双》和《李茶的姑妈》，包贝尔对自己执导的第一部电影可谓充满信心，甚至半开玩笑地许下豪言，“它的票房应该超过10亿。”

最终，《胖子行动队》总票房报收2.6亿，且成为上述几部同档影片中口碑最差的一部，豆瓣评分4.4。后来，包贝尔如此评价自己导演追求：“哪怕只有一个人喜欢你的电影，也是一个你值得为他做下去的动力。”

2021年，他的导演动力转化到了IP改编之上，再



执导筒拍了《阳光姐妹淘》。

影片改编自韩国同名电影，由于剧情近乎将原版情节设计全盘复制，缺少本土化的落地表达，整体质量并不尽如人意，这也让它未能帮助包贝尔完成导演口碑的逆袭，甚至让他的风评再次跌入谷底。

即使如此，去年某档导演竞技类综艺上，大家仍可见到包导活跃的身影。包贝尔不否认未来有再当导演的可能，他将在这条创作之上继续探索。

论遭遇挫折，邓超和俞白眉的情况同样类似。过往两人联合执导的《分手大师》《恶棍天使》《银河补习班》，从大众评价层面上看，仍有进步的空间。

面对观众质疑，邓超曾一边落泪一边解释，自己非专业导演，他对表演深有热爱，对导演亦抱有期待。

时至今日，他和俞白眉坚持执导的步伐从未停止。两人导演的《中国乒乓》已经开机，透过这部电影，他们或将再度证明自己。

事实上，每个导演或多或少都会遇过“失败”的困境。这种“失败”根源，绝大多数来自于影片口碑的崩塌。

所谓隔行如隔山，如上文提及的几位导演，这种情况对于演而优则导，半路出家的创作者们来说，更是如此。

初尝失败也好，屡败屡战也罢，半路出家也好，科班出身也罢，对于导演们来说，面对挫折，回应质疑，然后重新出发，便是他们创作路上的执着。

重新出发不意味着由零开始 电影品质永远是导演逆袭关键

重新出发不意味着由零开始。

对于作品叫好不叫座的导演来说，影片不卖座的原因需要归咎于多个方面。比如它们更偏文艺片类型，本

来的受众就相对较少，票房较低也情有可原。

就出色的文艺片导演而言，即使他们的作品商业表现不算出彩，也不会影响大众对其导演能力的赞誉。

但对于作品口碑不过关的商业片导演来说，失败意味着他们再次创作时将承担更大的压力。

典型例子当属《逐梦演艺圈》的导演毕志飞。

自《逐梦演艺圈》拿下豆瓣2.2分的评价，“烂片导演”的标签便牢牢贴在他的身上。

在一档导演竞技的综艺里，毕志飞意图挑战执导经典之作《小城之春》的片段，但几乎没有演员愿意跟他合作，他从筹备阶段即遇到了不少“障碍”。

作为导演，毕志飞至今难以获得投资来启动第二部长片的创作。

而作为依靠视频编辑器制作的零成本短片，《魔亲》是他面向大众的第二部作品，可惜该片口碑依然低迷，豆瓣评分仅为2.6，毕志飞的导演生涯可以说是难见起色。

即使有幸获得投资继续导演长片，但如果交出的作品仍未能观众满意，这对导演本人的长远发展并不算一件好事。

包贝尔导演处女作《胖子行动队》票房2.61亿，某种程度上，这是一个相对不错的市场成绩，为导演本身赢得了继续执导的机会。

但就其后续导演作品《阳光姐妹淘》来看，包贝尔几乎照搬原版的执导方式确实让人不敢恭维，该片的票房较前作跌幅超过50%，最终未能破亿，导演为此负有不可推卸的责任，其本人的导演前途也因此蒙上阴霾。

电影本质具有商品的属性，需要市场认可，需要观众支持。

而观众包容性是有限的，假若一个导演一而再，再而三地无法拍出佳作，那么大家对他的滤镜再大，也会被一点点消耗殆尽，最终让这个导演陷入更深的困境。

中国电影其实不乏从泥潭中爬出，成功克服困境的导演。

比如，吴京。

在《战狼》系列之前，吴京早于2008年就联合李忠志共同执导了《狼牙》，只可惜影片口碑平平，市场热度更是一般。

公开报道称，吴京为《狼牙》自掏腰包投资了400万，结果该片在中国香港票房只有231万，中国内地票房回报423.7万，按照分成比例算，吴京至少亏了158万。所亏数目放在2008年而言，不算是一笔少数。

亏钱固然是影片不足的一方面。更加重要的是，口碑和市场表现都未能突围的作品，还为导演本身带来了一系列消极的连锁反应。

没有凭借《狼牙》迅速拓展自己导演影响力的吴京，在筹备自导自演《战狼》系列的时候曾多次遇到信任危机：向投资方追加投资不果，意向演员拒绝剧本邀约，剧组运作处处陷入困难。当时的他也别无他法，只好“卖房救片”，孤注一掷。

用吴京的话说，《战狼》一旦失败，他将一无所有。

幸好，后来的结局众所周知。《战狼》系列成了中国电影最卖座的电影系列之一，吴京也顺利完成逆袭，成为中国电影最成功的其中一位导演。

毋庸置疑，电影品质永远是导演逆袭关键。

这对于每一个曾经遇到困难，憧憬东山再起的导演来说，或是最好的鼓励，也是最好的共勉！



李易峰： 大家不用操心我的转型



“大家不用替我操心我有没有质的飞跃，我有没有进步，我有没有转型成功，我有没有突破……如果你觉得这个剧好看，你就给我追！”

网剧《暗夜行者》播出后热度很高，作为主演的李易峰罕见挑战诠释一个双重卧底。很多观众关心他是否想透过这部剧集再次推进转型的步伐。

而李易峰对此的回应是，希望大家不需要过分关注这个问题，演员背后的逻辑，职业生涯的规划，都该由他自己慎重考虑。

近年来，李易峰一改纯偶像路线，接连主演了《操场》《革命者》《动物世界》《隐秘而伟大》《号手就位》等不同类型题材的作品。

一方面，他不断拓宽自己的戏路，不断寻求新鲜的突破。

另一方面，他偶尔也会回到古偶剧的舒适圈里打转。

今年年初上线的《镜·双城》是李易峰自2016年《青云志2》之后时隔五年再度出演古装剧，可惜这部S+剧集直至收官，水花依旧一般，李易峰的口碑因此受到一定程度的“牵连”。

究竟是在奉行“偶像”“实力”两手抓，还是遭遇了转型半

途未果的“尴尬”，李易峰并未给出明确答案。

展望未来，他倒是赋予期待，期待能有一部作品，让他遇见更好的自己，“得到认可和鼓励，会让我更有信心。”

李易峰刚刚拍完电影《操场》，这是一部根据真实案件改编的现实主义作品，他在其中饰演公安刑警“宗少斌”，负责破获一宗“操场埋尸案”。

黑框眼镜配斜分发型，路透图中的“宗警官”略显朴素，满眼沉重。难怪有粉丝直言，“简直认不出他是李易峰。”

因为角色需要，《操场》拍摄期间，李易峰去考了个摩托车驾照，收获了一项新技能。

但受疫情影响，目前居家的他无法出门享受疾驰。跟很多人一样，闲暇时跑跑步，玩游戏，看电影和追剧成了他的休息日常。

李易峰会看自己的作品，《暗夜行者》他也在追。

戏里的他一人分饰两角，先是扮演缉毒警察骆翔在卧底行动中假死，五年后又改名换姓冒充曾经的自己再次打入贩毒集团，周旋于爱人、兄弟和仇人之间。

他直言这是一个挑战，“从观众角度来说，他们一开始就知道死去的警察骆翔和假冒的司机陈陌其实是同一个人，是不一样的。”

为了让观众能够区分角色的两个身份，李易峰特意为他们设计了不同的小细节。

骆翔常年周旋于毒枭组织，作为卧底的他敏感性极强，不自觉会有一些细碎的动作，因此摸摸鼻子成了他的标志之一。

陈陌戏份不多，但角色性格精明、细腻令人印象深刻。李易峰对他的演绎是，肢体语言稍微夸张，尽量让他跟骆翔拉开距离，以直观的表演让大家一下记住这个人物。

在人物不同身份不同性格的塑造上，李易峰也是慎之又慎。一场过场戏中，原本的设计是让李易峰饰演的

骆翔给宋轶饰演的苏青竹一个大大的拥抱，作为这对恋人之间情绪宣泄的出口。

但这个拥抱被李易峰直接“拒绝”了，理由是他更希望角色的一举一动都符合情景和性格。骆翔沉稳，陈陌机灵，“如果搂抱的动作放在陈陌的身上，我觉得合理。但放在骆翔身上，可能就不太对了。”

对于角色点滴都是深思熟虑，对于作品要求尽是精益求精，但就最终能否凭借这部戏再次突破自我、赢得观众认可，李易峰却表示顺其自然，如果成功固然是好，工作会因此更好地继续下去；如果没有成功，也不会过分焦虑，该干嘛还是干嘛。

于是便有了开头的金句：

“大家不用替我操心我有没有质的飞跃，我有没有进步，我有没有转型成功，我有没有突破……如果你觉得这个剧好看，你就给我追！”

其实这句话还有后半句：

“这个是我来操心，我来想的！”

前两年的一次演讲中，李易峰谈及这些年拥有的身份：歌手、演员、偶像……

他被大众贴上了各种各样的标签。

他经常问自己，究竟是谁？能成为谁？

问题尖锐。

“平心而论，确实不是那么适合做歌手，音乐才华确实没那么突出。唱功一般、创作才能一般、跳舞也一般……”

他自问自答，自嘲自评，也自我鼓劲，“唯有破圈，才能拿到属于自己的生命剧本。”

旧事重提，想说的是，李易峰对自己的“操心”，开始很久了。

破圈路上，道阻且长。

五四青年节零点，李易峰在社交平台晒出一组照片。

白衬衫+黑领带，捧着篮球的他朝着镜头，时而露



出迷人微笑，时而展示精致侧颜，乍看岁月静好，他还是从前那个少年。

事实上，他今年三十五岁了。五四青年节那天，恰是他的生日。

三十而立，四十不惑，李易峰处于中间。有人说，这是黄金年龄；也有人说，这是中年已至。

现实里，积极的心态让他击败困惑与焦虑，他在反思过去，也在期待未来。

前段时间，李易峰重新看了自己主演的《活色生香》，一部首播于7年前的年代剧。

“我真觉得演得挺好，（表演）有种纯粹感，那时候能把（宁致远）这个角色演得挺棒。你知道吗？换到现在演，我都不一定演得出来！”

李易峰坦言，每个演员到了一定阶段，都会期待一部作品出现，帮助自己更上一层楼，这就是所谓转型。

他不抗拒转型，期待遇到这样的作品。

无法控制的是，选择作品好比一场赌博。

“因为不知道选了作品之后会怎么样。有好的团队、好的剧本、好的演员，也只能说它具备好的前提，最终面向市场，观众喜不喜欢、买不买单，这很难说。”

一路走来，他的作品有过鲜花与掌声，有过质疑与批评，甚至有过两者并存的时候。

《活色生香》播出同年，《老炮儿》正式上映。

银幕上的李易峰变成了胡同串子里任性莽撞的“吉惑仔”张晓波。导演管虎毫不吝惜对他的夸奖，“有潜力，身上有种想要演好的劲儿。”

凭借《老炮儿》，李易峰成功入围大众电影百花奖的最佳男配角奖，且最终击败段奕宏和张译等前辈，一举夺得该项殊荣。

而正是这项荣誉，彻底把李易峰推向了风口浪尖。他得到了评委认可，却得不到大众祝福。

观众狠狠吐槽他，“以55分的表现，拿了一个95分的大奖。”

获奖当晚，李易峰一改段子手般的受访常态，突然变得小心翼翼，“入围的都是我很喜欢的前辈，给我



这个奖是对年轻电影演员的一个鼓励吧，跟前辈比我还有很大的差距。”

谦虚应对外界声音，有则改之，无则加勉。

在李易峰看来，演员要接受一个事实，每个人都会对你有不同的评判和看法。他唯一可以进步的，就是把自己做得更好。

《心理罪》中饰演热血阳光、年轻气盛的犯罪心理学天才方木；《动物世界》中饰演走投无路、孤注一掷的郑开司；《革命者》中饰演丰神俊朗、挥斥方遒的青年毛泽东；包括《暗夜行者》里辗转于多个身份的双重卧底以及《操场》为破案倾尽全力、不眠不休的公安干警……

“你会发现他拍的每部作品、每个角色都不太一样，他转型转得很成功——可能也没有完全转完，但在他那样的位置和情况，有勇气去尝试不同的戏，本身就很棒了。”

曾与李易峰搭档《隐秘而伟大》的金晨如此评价。

“现在慢慢进入到一个很好的阶段。特别是就电影来说，会有更多的机会。”

相较于按照日渐增长的年龄给自己做完整系统的规划，李易峰更在意把精力都放在做演员这件事情上。

摸爬滚打的经历让他始终坚定一个信念：苦涩也好，懊恼也好，都要继续做自己。过去是，现在是，未来也是，一直如此。

“别人如何定义我，我管不了；辛苦花上几十年的时间只为改变别人的看法，我不会开心，也毫无意义。我只在乎如何达到自己的要求，我相信自己没那么差劲，有朝一日，也能成长为一个真正专业的演员。”李易峰写于自传《1987了》，那一年，他三十而立。■



《梦华录》火了 为啥能拿到8.8分？

《梦华录》是真的火了。

豆瓣开分8.3分，半天时间就蹿升到8.8分。固然这部剧没少营销，但它又不是那种粉丝自娱自乐的古偶剧，至少笔者朋友圈里很多平日里很少看古偶剧的人也纷纷嗑了起来，朋友圈充满欢快的气氛。

会否烂尾、8.8分是否虚高，还有待观望；但就前14集来看，《梦华录》的确要比这几年几乎所有S+内娱古偶剧都好看。

豆瓣开分8.3分，半天时间就蹿升到8.8分。固然这部剧没少营销，但它又不是那种粉丝自娱自乐的古偶剧，至少笔者朋友圈里很多平日里很少看古偶剧的人也纷纷嗑了起来，朋友圈充满欢快的气氛。

会否烂尾、8.8分是否虚高，还有待观望；但就前14集来看，《梦华录》的确要比这几年几乎所有S+内娱古偶剧都好看。

《梦华录》改编自元代关汉卿的杂剧《赵盼儿风月救风尘》，但关汉卿的故事只占据剧集的前几集，《梦华录》有40集，此后的30多集剧情就是原创性剧情。

《梦华录》更像是援引了《救风尘》女性互助的内核，采撷了宋代孟元老的笔记体散记文《东京梦华录》



里的东京风情（东京又称汴京，北宋都城），讲述一个古代俊男靓女的爱情故事。

制作层面，《梦华录》有些显而易见的优点。实景拍摄，古香古色，有历史气息，更有真实的生活质感，无论是烟雨江南还是繁华汴京，氛围感都很足；女导演杨阳的审美很不错，取景讲究，镜头构思巧妙，摄影很美，滤镜舒服；叙事节奏舒缓，时常让人觉得是一幅画卷徐徐展开；原声台词也很贴脸，让剧情显得落地……

稍有不足的是动作戏，动作设计还是有点“神剧”色彩，相对敷衍。

古偶剧，“颜值即正义”“颜值是第一生产力”。内娱观众已经受够“古偶丑男”“古偶呆女”，相形之下，刘亦菲与陈晓的组合是很亮眼。很难想象吧，《梦华录》是刘亦菲成年后播出的第一部电视剧——刘亦菲虚岁也35岁了。《金粉世家》是她14岁拍的，《神雕侠侣》是她17岁时拍的，之后十几年来刘亦菲只出现在大银幕上。岁月会在每个人身上留下痕迹，纵然如此，刘亦菲依然美若天仙。

而陈晓，仍然是内娱男明星里古装扮相最好的之一，俊朗，有英气。脑海里无数S+古偶CP闪过，即使颜值和刘亦菲+陈晓相当，氛围感也会差点意思。

此前一些S+古偶剧播出时，没少看到粉丝控评，诸如“内娱感谢XX下凡演古偶”抑或“内娱古偶感谢有XX”。粉丝好意思吹，但路人的白眼翻到顶了。是的，颜值很重要，但演技也很重要，如果举手投足一板一眼，只像没有灵魂的美丽木偶，男女主角站一块情感张力为零，观众也嗑不起来。

不敢说刘亦菲、陈晓的演技有多好，但在《梦华录》里，他们的表现是够用的、合格的。此前刘亦菲给观众最大的感受是，仙气飘飘。固然美得惊心动魄，

但与她的对手男演员的CP感常常严重不足，因为缺乏“人味儿”了，男演员仿佛都被她的仙气震慑住了，只可远观不可亲近。

《梦华录》里刘亦菲饰演的赵盼儿，出场时竟然是“乡野村妇”，一下子就给“仙女”的人设祛魅了。赵盼儿是有天仙的颜值，但她并非不食人间烟火，而是有着丰富的生活经验与生存智慧的底层女性。作为茶楼老板，她勤劳能干、八面玲珑，既有麻利劲儿，也卖弄得了风情；作为姐妹，她很睿智、讲义气；作为出身贱籍的底层女性，她不卑不亢、不屈不挠……

赵盼儿是个“真人”，仙女落地了。

陈晓的演技常常因为外表被低估，很多人把他当偶像派看待。但他的表演是相对松弛的，“敢于”进入角色，眼神戏尤其不会发怵。在一众帅哥演员里，他的眼神比较有戏。热搜上有个词条#陈晓 不惧仙气#，倒也不是尬吹。他饰演皇城司副使顾千帆，明面上是冷酷无情的“活阎王”，有玩世不恭的那一面；在两人情愫萌生后，他与赵盼儿的对视没有任何畏惧，直勾勾，有深情却不色情。顾千帆不惧仙气，他与赵盼儿的CP感相当充足。

除了以上优点以外，《梦华录》难能可贵的是，它有了内娱古偶剧少有的“人之常情”。





当S+的古偶剧批量生产后，它们存在的最大问题是，情节模式化、套路化，人设先行、人味儿不足，就像是再精致的塑料花，它终究是塑料花。《梦华录》由杨阳执导，张巍担任总编剧，她们的联手赋予《梦华录》不一样的气质。倒不是超越了古偶剧的范式——剧情的大方向仍然是“偶像剧”，但《梦华录》让角色

“活过来了”，让他们有“人之常情”，他们的很多行动基于“人之常情”。这5%的创新，让《梦华录》的人物变得触手可及，情节上处处有反套路的小细节，让人耳目一新。

尤其是赵盼儿。时下女性向剧集都想吃点女性红利，无论古代现代都很喜欢让女主角喊几句女性独立之类的口号。绝大多数时候也只是喊口号而已，编剧写的是人设，而非人物。《梦华录》不然，编剧常常是通过赵盼儿在每个紧要关头的决断来体现她的性格，观众自然而然就能感知到赵盼儿是个怎样的人——她不是模板化的完美人设，她是独一无二的赵盼儿。

譬如一开始她发现顾千帆是皇城司的身份，而昔日她家就是被皇城司抄了，所以她顿时对顾千帆没好脸色。在顾千帆的胁迫下，她端上好茶好糕点，可暗暗做了手脚，想让顾千帆吃个上吐下泻……她很聪明，也有脾气，不是没有任何道德瑕疵的“圣母”。

偶遇顾千帆遭暗杀，一片慌乱中，她想的是先跑。她既不会武功，暗夜里也看不清谁是谁，保命当然是“人之常情”。

后来两人相识了，一同遭遇危机，顾千帆让她先走，她二话不说就先走了，没跟你来那一套“你不走我就不走”，保命要紧。后来还是放心不下，也觉得他们

打得差不多了，才又赶紧折回来救走顾千帆。

未婚夫欧阳旭（徐海乔 饰）高中探花，就嫌弃她的出身，让人送了八十两黄金来买个一刀两断。她开价要五百两黄金。如果未婚夫真没良心，就不能便宜了他；如若未婚夫是被胁迫，开出高价也能稳住胁迫未婚夫的人。

但赵盼儿内心还是没底，她担心未婚夫真的变心。在去东京的船上，她还是压抑不住情绪哭了，骂了一句“你们男人都不是好东西”。挺好，不是因为她是独立女性的人设，编剧就非得让她开开心心分手，好像为渣男哭泣就不独立似的。

《梦华录》的“人之常情”大于人设，就像赵盼儿说的，“我有心肝”。

好不容易到了东京，找未婚夫问了个明白，他果然变了。伤心归伤心，也不能便宜了渣男。赵盼儿向渣男提出三个分手的条件，渣男不同意，那她就留在京城不走了，让渣男没好日子过，也不忘狠狠地诅咒渣男：

“我一定会祈求九天神佛保佑你，一辈子官运艰难、万事坎坷，直到你归还欠我的东西为止。”看惯了原谅与心软的戏码（这可以是“人之常情”），但不原谅、怨恨也是“人之常情”，甚至看起来更得劲。

发现自己喜欢上了顾千帆，就跟好姐妹孙三娘（柳岩 饰）坦白，“我有点喜欢他”。但赵盼儿又觉得顾千帆有点喜欢自己、但又不那么喜欢她，“虚虚实实、忽近忽远的”，赵盼儿害怕习惯了这种照顾，“我害怕我一颗心被他撩拨得忽上忽下”，她害怕自己因为喜欢而失去独立性。

这段戏估计只有女性编剧才写得出来，细腻、真

切、感伤，是一个处于“弱势”地位的女性爱上一个男性时的“人之常情”，而不是套路式的“我喜欢你但我遮掩着不说”或者“我喜欢你但我后知后觉”。刘亦菲演得也很好，梨花带雨、脆弱迷惘，凸显的反倒是赵盼儿的独立与清醒。

而哪怕赵盼儿伶牙俐齿、蕙质兰心，面对强权她也会怕。拯救宋引章（林允 饰），她又一次与官衙的人短兵相接，明明道理都在她这一旁，可官员还是偏袒权势者。若不是顾千帆及时出手拯救，她可能会有性命之虞。顾千帆救了她之后，她有劫后余生的恍惚与恐慌。一个小小的知县就可以整死她，若到了东京，面对的是探花，面对的是皇亲国戚，赵盼儿还会那么幸运吗？果真到了东京，几经闹腾，还是被游街示众被赶出东京，她亦一度萌生退意，想离开东京。

会退缩，而不是一上来就天不怕地不怕，这是“人之常情”。赵盼儿的怕，亦折射出《梦华录》中现实的阴暗面，可以预见，赵盼儿之后的事业线会遭遇多重坎坷。

正因为有了“人之常情”做铺垫，赵盼儿超越“人之常情”的部分，才会构成角色的“高光时刻”。就比如赵盼儿的东京之旅，一度面临着要先救姐妹还是先救未婚夫的两难，她毫不犹豫选择姐妹情，姐妹情谊这才显得难能可贵；明明害怕权贵打击报复，为了争一口气还是要留在东京，角色的果敢也就体现出来了；明明喜欢顾千帆，也敢于承认对他的喜欢，却又警觉着不要因为这份喜欢而迷失自我，这才是有着现代内核的古代女子……

“人之常情”看似简单容易，但如今太多古偶剧的主人公恰恰缺少“人之常情”，一上来一个个都是没有人味儿的“人设”。编剧不屑于、其实是没有能力书写主人公生活化的那一面，哪怕主人公有情感纠葛、人心抉择，也都是家与国、江山与美人这样的大词；在具体而幽微的日常生活中，主人公没有“人之常情”，只有空洞教条的“人设”。他们一个个固然被各种正面的形容词包裹，但寡淡无趣。

跟赵盼儿这个角色相比，顾千帆反而是更常见的

古偶剧男主，出身权贵，对别人很冷、唯有对女主角很苏，并总能在关键时刻帮女主一把。比如一开始打听赵盼儿的身世，知道自己戳到赵盼儿痛处，眼神有愧疚地让她不用说了，他对女性的出身并无偏见；赵盼儿为了救宋引章，不得不佯装成风尘女子，她厌恶这样的自己，本以为顾千帆会嘲笑她，但顾千帆细心帮她洗手，他一点都不觉得赵盼儿轻贱，反而钦佩她的正直善良……

这样的情节的确特别好嗑，好在陈晓够帅，眼神也够有戏，这样可预见的情节也显得让人动心。但假若没有赵盼儿此前的“人之常情”做铺垫，感情线就会变成善男信女在撒糖，看多了观众也会觉得这是“工业糖精”。

当前《梦华录》较大的争议是，小说中的女主角原本是“风尘女子”，也才有所谓的“救风尘”。但《梦华录》里，赵盼儿变成官宦家的小姐，因家族落难才成为官伎，并且已经“脱籍”，成了“良人”。台词屡次三番也强调着：贱籍并不意味着人是低贱的，只有“以色侍人”才是低贱的。换句话说，剧中的角色脑海里都有隐形的牌坊，女性的贞操仍是他们衡量女性秉性的核心指标。

赵盼儿人设的改动，显然是过审的需求；一些人也不要一个劲地拿《金陵十三钗》反复说，后者至少有一个宏大主题罩着。但编剧完全不必在台词上一个劲地踩落风尘者，毕竟沦落风尘者多是男权受害者，关汉卿尚且能够看到风尘女子侠义的一面，而今我们反而保守了。我不想以“三观”否定这样一部方方面面都不错的古偶剧，却也得说，极个别台词有失当之嫌。

《梦华录》能否一直保持高口碑，就取决于之后的剧情进展了。当前赵盼儿与顾千帆的双箭头愈发明显，预告里吻戏都嗑倒一批人、登上热搜第一，可还有三分之二剧情没播，如果都在撒糖，感情线会否走向俗套甜腻？如若编剧能够在男女主角各自的事业线上多发力，过程中多一些“人之常情”、多一些波折、多一些反套路，既能让角色更加真实可信，也能延续剧情给观众带来的新鲜感。■





《风起陇西》导演路阳： 要拍一个“硬”故事

《风起陇西》适合沉浸式观看，一方面需要观众绝对专注，另一方面则需要观众去动脑和思考，绝不是一部只能当做“客厅背景音”就能看懂的电视剧。

《风起陇西》意图用独特而高级的审美，带给观众更高的内容鉴赏可能性。但是对剧本身来说，这样的初始观感，也确实失去了一部分传统的电视剧受众，再加上故事内容更偏向于权谋、逻辑、历史观，想让观众在第一集就迅速进入故事之中，确实有些难度。

“可是，我想给观众多一种新的选择。”《风起陇西》导演路阳说，确实，观众的口味是很丰富的，多一种选择，多一种尝试，或许就可以给观众带来全新的观剧体验。《风起陇西》微博评分9.3，就认证了这次尝试的成功。

要拍一个很“硬”的故事

2014年，电影《绣春刀1》刚上映不久，路阳在朋友的推荐下偶然间看到了马伯庸的小说《风起陇西》。这部小说是马伯庸的历史小说处女作，当年马伯庸还在新西兰留学，毕业论文暂时没有眉目，自己总是想做点事情“逃避”，于是就有了《风起陇西》。

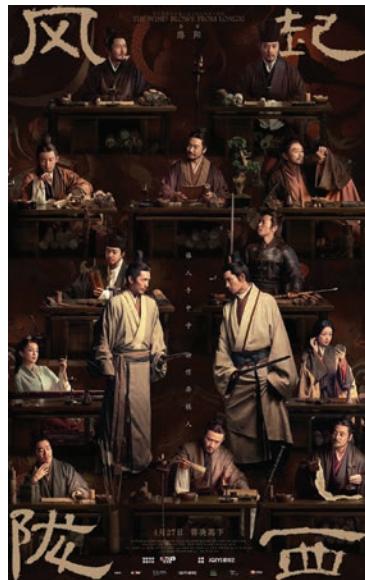
马伯庸创作这部小说初期，是想把中国古代和冷战时期的谍战结合在一起，于是他选取了自己最喜欢的三国时期的背景，以及福赛斯的冷战间谍小说风格，去探讨一些历史的可能性。

路阳特别喜欢马伯庸的历史观，在《风起陇西》的小说中，他看到了“大时代下小人物如何去面对这个世界，清醒的个人认知，以



《风起陇西》导演路阳和主演白宇

虽然很早就有了创作的想法，但路阳真正参与到这个项目之中，



及如何在困境中坚守自己内心的理念和道义的主题。”

有着对历史同样的认知，路阳和马伯庸也做了一件同样的事情——找到历史中的一个时刻作为舞台，在舞台中找到一个缝隙，用合理的逻辑去呈现出一个在当时历史时空中可能发生的故事。

其实是在2019年，拍完《刺杀小说家》之后。当时，新丽传媒已经买下《风起陇西》的版权，找到路阳时，最初的想法其实是把这部小说拍成一部电影。

“小说里的信息和人物非常多，如果做电影的话，势必会有大量的取舍，这个还是挺可惜的。”

按照路阳的想法，“或许，它可以做成一部剧集。”这样就可以尽量完整地去呈现小说中所描绘的那个世界和人物，而且以三国时期为背景的谍战剧，在剧集市场中，还是挺新鲜的。

大概又过了半年多的时间，2020年春天，《风起陇西》的剧本就成型了，路阳感叹，“看了剧本之后，就觉得非常有趣，编剧老师们坚定地保持了原作的核心，又做了非常有趣的延展。”

只用了两天时间，路阳一气呵成看完了全部剧本，他在剧本中看到了强烈的表达欲。很快，路阳与新丽传媒一拍即合，达成了拍摄共识。

“我希望能把《风起陇西》拍成一部硬一点的作品。”路阳说，这个所谓的“硬”其实指的是整个故事的残酷性，毕竟是在那样一个动荡的年代中，两股势力的斗争通过谍战展开，主人公没有那么多的

英雄光环，他们面临非常多的困境和危险。

观众熟悉的是三国时期名将和君王的故事，但很少有文艺作品涉及到那个时代的小人物，《风起陇西》找到了一个有趣且有新意的角度。

最难的抉择

间谍这个特殊职业自古以来就有，并非专属于某个时代，它是庙堂和军事上非常重要的手段，只是从事这项工作的人，可能很少被注于史书，他们的故事很难去呈现在大众面前。

《风起陇西》尝试着用描述普通人的方式去描画这些剧中的主角们，去展现他们的生活，去给他们的生活一些烟火气，去展现他们的痛苦、恐惧，以及和普通人一样的情感。

很快，路阳导演带着团队就找准了拍摄方向，但是有一件事却困扰了他很久。

“我们一直在反复探讨《风起陇西》的语境。”马伯庸的小说其实是有非常锐利的现代视角的，同时他又是在对历史进行了全面的考证之后才发挥自己的想象力，所以在他的故事中，人物文字的语境是比较偏现代的。

历史背景的作品，台词也是比较现代的，包括《三国演义》的原著小说也是一本白话小说。所以，在语境的选择上，《风起陇西》整体更偏向现代一些。

“我希望能够放大那个时代里的人物和我们现在的一些共性，让观众能够更好地去体验他们。演员也能用一种更放松的方式去表演。”最后，《风起陇西》用了现代戏的方式去进行拍摄和表演，也确实让观众更真切地感受到了剧中人的生活。



剧中只有一个人的台词是比较特殊的，很多内容都是裁自原文的，有一些《出师表》和《三国志》，台词会有一些晦涩和古朴，

“但是我们依旧在想，出现这样的台词时，如何用一种现在的写作方法去处理，让观众感受到这个人物的情感。”

诸葛亮这个角色应该以什么样的形象出现，是另一个让路阳思考比较久的问题。

诸葛亮这个历史人物，观众再熟悉不过，影视剧中唐国强、金城武、陆毅等，都饰演过非常成功的诸葛亮形象，但是他们的大方向都是一样的——诸葛亮是一个传奇般的英雄。



但是影视化后成为古装剧，语境的选择就相当重要了，它会影响观众的代入感。如果选择完全去还原一个离现在观众很久远的时空，观众的接受程度很难评估。另一方面，现在再回看之前一些以三国为



《风起陇西》导演路阳。摄影王远宏



但在《风起陇西》中，路阳想要去表现一个不同的诸葛亮，“他不是近乎于神的诸葛亮，而是一个困顿的、凡人的、疲惫的诸葛亮。”

“他几乎是在独自扛着蜀汉的国运，在非常疲惫地前行，得到的支持有限，有很多人对他不理解，他辛苦、不容易，早已经不再是一个意气风发，在赤壁挥斥方遒的年轻人。”

于是在剧中，观众看到了诸葛亮的消耗，他吃的不多，但工作量巨大，精神持续处在紧张的状态，“诸葛亮虽然戏份不多，但却是整个故事的定海神针。”

直到开机之后，《风起陇西》才最终定下来诸葛亮由李光洁出演，“他真的演得太好了，他能让一个疲惫的诸葛亮身上呈现出爆发力和热血感，在绝大部分人都不支持他的情况下，依旧坚信自己要做的事情。”



《风起陇西》，李光洁饰演诸葛亮

女性角色让作品不单调

《风起陇西》开始筹备之后，路阳第一个见的演员是陈坤。在这个项目之前，二人曾经有过一次差点合作的机会，但还是阴差阳错



没合作成，拍戏这件事是要看缘分的，要看时间，也要看大家是不是都在这个故事中找到了自己想要表达的东西，很显然，这次路阳和陈坤的缘分到了。

陈恭在剧中腹背受敌，一次又一次化解危机，在被所有人怀疑的时候，是荀诩这个兄弟选择了义无反顾的信任。路阳在两位男主的选择上，希望两个角色之间从气质上有很大的反差感，陈恭机敏，荀诩需要有点“轴”。

当然，这里的“轴”并非贬义，而是形容荀诩这个人物的韧性强劲。在决定陈坤来饰演陈恭之后，路阳和片方就一直在接触白宇，希望他可以来出演。如今两位男主的选择，就是路阳心中最完美的样子。

剧中唯二的两个女性角色也至关重要，柳莹和翟悦也同样是两名间谍，她们都和剧中人有着或多或少的命运和情感勾连。剧中大背景下的蜀汉之争，也并非善恶之争，



她们虽然身在敌对阵营，但并非不完全认同对方的价值和坚持，这种微妙的关系有了很多发挥空间。

《风起陇西》整部作品中，男性色彩比较重，两个女性角色的加入让整部作品不再单调，“在这样一个传奇故事里，不可能缺少女性的存在，它一定会有重要的女性角色，而且她们不是可有可无的角色，而是对剧中所有人的命运产生作用的角色。”

“我希望演这两个角色的演员，本身之前最好没有尝试过类似的人物，要在她们的身上看到自己对角色的新鲜感和享受，我也很期待能够释放出一些新的有趣的东西来。”路阳说。

在演员的整体选择上，路阳设定了一个重要因素——演员内心的韧性和精神力要足够强。在《风起陇西》这样一个复杂的故事背景下，如果没有足够强大的精神，是无法存活的，女性甚至要有超越男性的强大精神力，才能完成自己的角色。

从开机到杀青，《风起陇西》没有任何休息，一共拍摄了100天，完成了24集电视剧的创作。这是路阳导演少见的电视剧作品，也给他带来了不一样的体验，“拍电影和拍电视剧调动的脑部区域不太一样。”

“电视剧不能使用太多的视听语言，因为内容属性和观众需求不同，所以可能脑部的一些地方，在拍电视剧的时候其实是用不上的，但是我们还是要尽量地希望用调度、手段，更好地讲故事，去注意区分剧和电影。”

《风起陇西》的高水准审美和质感，以及电影化的叙事让整部作品有了更好的口碑。影视剧创作不能一味地去迎合观众的口味和审美，有一定的引领作品，也是一部作品的珍贵之处。■

2022高考满分作文 原来在这些电影里有答案

6月7日，1193万高考生步入2022年高考考场，迎接第一场语文考试。

全国各地高考作文随即曝光，如同往年，#高考作文#话题再度“爆”了，迅速登上热搜榜，引发全民关注。

7道作文题一揭晓，各路人马纷纷开启解读模式。

从电影角度出发，这些作文题



也可以在影视作品中找到答案的模板和解题秘籍。说不定在满分作文里，就有这些电影内容！

#全国甲卷 难#话题也在热搜上“爆”了，许多网友表示全国甲卷关于《红楼梦》的作文题看不懂、不好写。

实际上，这个作文的内容重点并不在于《红楼梦》中“大观园试才题对额”的这段情节，而是要引出“或直接移用，或借鉴化用，或根据情境独创，产生了不同的艺术效果”这一关键题眼。

以电影为例，就存在类似“照抄、借鉴、原创”的现象。

2015年上映的国产动画片《汽车人总动员》从片名、动画形象到宣传海报都涉嫌照搬皮克斯的动画电影《赛车总动员》，皮克斯也将片方告上法庭，最终判赔135万余元。

像《汽车人总动员》这样明显抄袭的电影是少数，抄袭和借鉴在电影创作里，往往存在相对模糊的界限。

同样是2015年上映的《夏洛特烦恼》曾被指抄袭好莱坞电影《佩姬苏要出嫁》，虽然在故事主线、角色设置等有相似之处，但是具体情节、镜头语言等层面又有不同。经此争议，开心麻花往后就越来越重视对于国外电影的内容改编和版权问题。

比如《这个杀手不太冷静》翻拍自日本电影《魔幻时刻》，主体故事来自原版，笑料则改编得更符合中国人接受的笑点，主题表达也侧重于小人物逆袭，更迎合中国人的价值观，影片在今年春节档突出重围，证明了创作借鉴的效果得当。

中国电影的原创力在这几年有很大提升。《流浪地球》《长津湖》开辟了中国新主流科幻大片和战争大片；《哪吒之魔童降世》打造出有别于西方体系的中国神话故事动画；《送你一朵小红花》《你好，李焕英》《我的姐姐》诠释出扎根于中国式家庭现实的情感深度。

这些电影在市场票房和观众口碑上都双丰收，也创造出了属于中国特色的独特电影面貌。

通过双奥之城展现“跨越，再跨越”的主题精髓，在很多运动题材的电影里都有鲜明体现。

展现中国女排四十年奋斗史的《夺冠》，片中的三场比赛就完美呈现了跨越、再跨越的成长历程。

1981年中日大战首夺世界冠军，中国女排向全世界证明了自己的实力。到了2008年，中美女排对决，在“家门口”输了比赛，经历了低潮和挣扎。2016年的里约奥运会，中国队打败东道主世界排名第一的巴西队，一路闯关最终获得奥运会金牌。

从胜利、失败到再胜利，每一次战绩都凝聚着中国女排的顽强拼搏与永不言败。

如今，中国女排重新组建，在

2022高考作文

全国乙卷

阅读下面的材料,根据要求写作。(60分)

北京:双奥之城
2008年奥运会、残奥会 2022年冬奥会、冬残奥会

比赛成绩
中国奥运代表团名列金牌榜第一,奖牌榜第二;残奥代表团名列金牌榜第一,奖牌榜第二,均创历史新高。
群众体育
全民健身事业蓬勃发
展
科技亮点
世界跨度最大钢结构场馆“鸟巢”;场馆污水治理再生利用率高达100%
交通支持
全国第一条高铁路京津城际铁路开通,助力奥运
国家经济
国内生产总值:31.4万亿元 (2008年)
国内生产总值:114.4万亿元 (2021年)
双奥之城,闪耀世界。两次奥运会,都显示了中国体育发展的新高度,展示了中国综合国力的跨越式发展。也见证了你从懵懂儿童向有为青年的跨越。亲历其中,你能感受到体育的荣耀和国家的强大;未来前行,你将融入民族复兴的澎湃春潮,卓越永无止境,超越永不停歇。

请结合以上材料,以“跨越,再跨越”为主题写一篇文章,体现你的感受与思考。
要求:选准角度,确定立意,明确文体,自拟标题;不要套作,不得抄袭;不得泄露个人信息;不少于800字。

@人民日报

2022高考作文

全国新高考I卷

阅读下面的材料,根据要求写作。(60分)

“本手、妙手、俗手”是围棋的三个术语。本手是指合乎棋理的正规下法;妙手是指貌似合理,而从全局看通常会受损的下法,对于初学者而言,应该从本手开始,本手的功夫扎实了,棋力才会提高。一些初学者热衷于追求妙手,而忽视更为常用的本手。本手是基础,妙手是创造。一般来说,对本手理解深刻,才可能出现妙手;否则,难免下出俗手,水平也不易提升。

以上材料对我们颇具启示意义。请结合材料写一篇文章,体现你的感悟与思考。

要求:选准角度,确定立意,明确文体,自拟标题;不要套作,不得抄袭;不得泄露个人信息;不少于800字。

@人民日报

2022高考作文

全国新高考II卷

阅读下面的材料,根据要求写作。(60分)

中国共产主义青年团成立100周年之际,中央广播电视台总台推出微纪录片,介绍一组在不同行业奋发有为的人物,他们选择了自己热爱的行业,也选择了事业创新发展的方向,展示出开启未来的力量。

有位科学家强调,实现北斗导航系统服务于各行各业,“需要新方法、新思维、新知识”。她致力于科技攻关,逐从事科普教育,培育青少年的科学素养。有位摄影家认为,“真正属于我们的东西,是民族的,血脉的,永不过时”。他选择了从民族传统中汲取养分,通过照片增强年轻对中国文化的认同。有位建筑学家主张,要改变“千城一面”的模式,必须赋予建筑以理想和精神。他一直努力建造“再过几代人仍然感觉美好的”建筑作品。

复兴中学团委将组织以“选择·创造·未来”为主题的征文活动,请结合以上材料写一篇文章,体现你的认识与思考。

要求:选准角度,确定立意,明确文体,自拟标题;不要套作,不得抄袭;不得泄露个人信息;不少于800字。

@人民日报

2022年世界女排联赛上迎来今年第一场国际比赛,在逆境中又打出了三连胜的成绩,无不展现出卓越永无止境,跨越永不停歇的体育精神。

“本手”、“妙手”、“俗手”的三个围棋术语,辩证指向一些道理:在社会生活中,要注重夯实基础,学会创造,也要避免妄想一步登天、眼高手低。

如《理想照耀中国》台词所说,“做人做事都不能太固执,好高骛远和脚踏实地往往就是一念之差。”

从电影里的个人角度来看,《雄狮少年》阿娟能挺进到比赛的最后一步,挑战最高难度的擎天柱、《五个扑水的少年》中张伟能在最后一刻完成空中翻转,都离不开他们日复一日的刻苦训练。

唯手熟尔,任何成功背后,都必须依赖辛勤的劳动和汗水。

从家与国的角度出发,电影《我和我的父辈》里黄轩和章子怡扮演的航天人,一次次冒着生命危险研制火箭、雕刻火药。中国航天事业之所以能够一飞冲天,正是这些前辈科研工作者日积月累、点滴钻研打下的基础。

但如果一直坚持本手,缺乏创新,也可能沦为庸俗和平凡。

在电影《食神》中,周星驰用看似普通却饱含真情的黯然销魂饭打败了制作复杂的“超级无敌海景佛跳墙”;《沐浴之王》彭昱畅不得不用单手比赛,却意外展现出搓澡绝学,实现逆转胜。

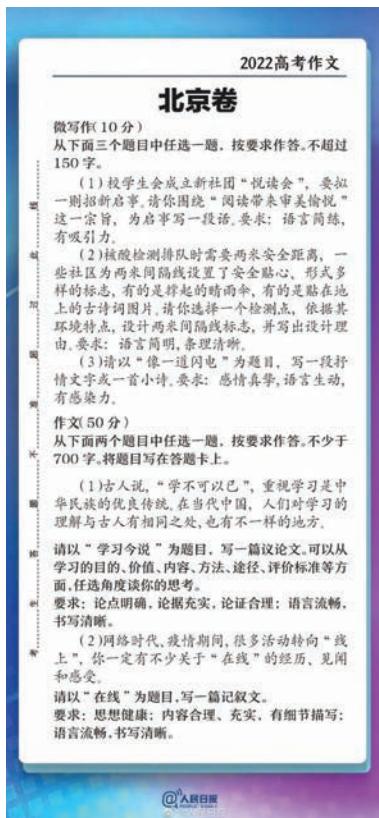
在扎实训练的基础上,只有激发出这些创造性的“妙手”,才能更上一层楼。

全国新高考II卷作文题介绍了一批在不同行业奋发有为,创新事业发展的代表人物。

在电影《一点就到家》的三位主人公身上,也能看到这些代表人物的身影。

三位选择返乡创业的年轻人,各怀快递梦、电商梦和咖啡梦,他们巧妙将三种梦想结合在一起,最终将“普洱咖啡”销往全世界,带领村民脱贫致富。过程中,他们运用了新思维和新方法,将家乡特产融入他们的创业。

他们的故事取材于现实生活,因为他们的热爱、努力和创新,才有



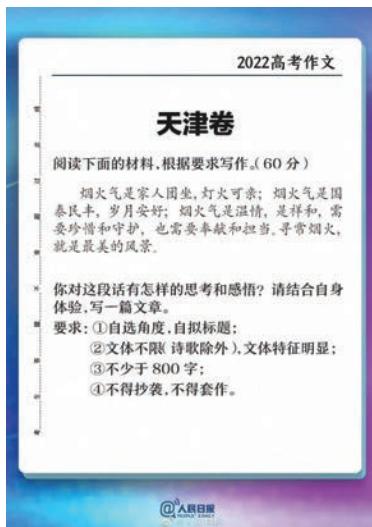
了成功的希望，淋漓尽致地演绎出了“选择·创造·未来”的发展轨迹。

北京卷的作文选题之一聚焦疫情期间的网络在线话题。

抗疫题材电影《穿过寒冬拥抱你》就书写了那些在疫情环境下，通过网络开展线上活动的群像人物和他们的不凡经历。

影片巧妙通过网课这个形式，串联起快递员阿勇的儿子、退休医生谢咏琴的孙子和钢琴教师叶子杨三个角色，并以此引出他们背后相互关联的抗疫故事。

快递员阿勇在特殊时期，通过手机广发英雄帖，召集志愿者奔赴前线接送医护运送物资；同为快递员的武哥，因为跑腿送外卖，与叶子杨有了一段萌动之情；退休医生谢咏琴因为疫情无法与恋人相见，只能借助手机隔空谈起“黄



昏恋”。

虽然疫情阻隔了线下活动，却利用科技拉近了人与人彼此的温度和距离。

烟火气可以是一种生活况味。有烟火气的生活，才叫日子。

在时下热播的古装剧《梦华录》里，烟火气是赵盼儿在茶楼“点茶”，在小桥流水、灯火通明的北宋市井里展开的一幅中国古代的生动民生画卷。

在现代世界里，《爱情神话》呈现的烟火气在吴侬软语里、在上海的里弄街景里、在老鞋匠用搪瓷缸装的咖喱啡，或是藏在老白的那道“不放牛奶不放豆浆，却烧得又浓又白的”鲫鱼豆腐汤里...

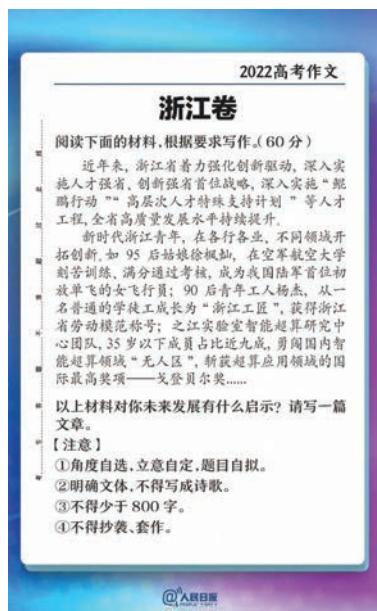
《人世间》里的家庭平民生活、东北方言、年代布景等弥漫着五十多年纷繁时世的变迁气息，体现着“于人间烟火处彰显道义和担当，在悲欢离合中抒写情怀和热望”的真谛。

生活里的最美烟火气，饱含着的是一个民族的文化和家国情怀。

在近年来的中国电影里，也塑造出不少具有创新精神的新时代中国青年人物，展现了他们的风貌和担当。

典型形象有《奇迹·笨小孩》里20岁少年景浩，带领平凡打工人们成功创业；有《我和我的父辈》之《少年行》里的少年小小，传承实现科学家父亲的人工智能技术。

在景浩的励志故事中，起初她为筹措妹妹的手术费，做起翻新机的生意，当整治翻新机市场的政策出台后，景浩没有退缩，他开拓新路，开发零件回收产业链，带领员工在规定时间内超额完成质检任务，最终成为好景通讯CEO。



景浩的“奇迹”，源于他生逢其时，把握住时代的机遇；源于他不懈奋斗，有信心，有闯劲，有锐气；源于他在青春的梦工厂里挥洒出无穷的创造力。这样的银幕人物也是无数青年奋斗者的现实缩影。

电影《银河补习班》里说，“清华北大只是过程，不是目的。”无论结果如何，坚持下去，享受其中，终有回报。

揭秘纪录片拍摄 一支镜头就要47万



相对于一般的故事片，可能有人觉得纪录片的拍摄会相对简单、技术门槛低。但这主要取决于题材以及对内容、画面的要求。而且，通常纪录片只聚焦被拍摄对象，呈现整个拍摄过程的作品很少。今天我们就来欣赏



这部今年4月22日才播出的冷门纪录片，名字叫《北极熊》，这部作品目前豆瓣只有不到500人打分，但评分高达8.5，内容也有点特别，内容侧重点不是展现北极熊的日常和生态，而是拍摄这部纪录片的过程，因此观众有机会体会到纪录片拍摄的艰辛，以及了解到拍摄用到的摄影器材。

《北极熊》片长只有84分钟，但拍摄耗时三年！一套拍摄团队、各种器材，加上船只、摩托艇等等，三年消耗的拍摄成本很高，可能只有迪士尼这样的大公司才愿意出这笔费用，拍这个很难赚到钱的题材吧。所以片头出现了“迪士尼自然”，这个标牌主要用于制作高品质自然电影纪录片，代表作有《地球》和《我们诞生在中国》。



那么梳理一下影片，首次出现的器材，是摇臂装在小船上跟拍北极熊，船上有三个人，一个人负责驾驶，一个人负责操作摇臂，还有一个人坐着干嘛呢？没错，他在看监视器，顺便操作遥控头。北极光线太强，为了户外能看清监视器，工作人员将监视器和操作面板用黑布裹住。摇臂上挂着的像大型监控头的东西，是一个全自动的遥控头，摄影机装在球形体里面，防尘防水，而且可以用遥控自由旋转调整拍摄视角，用在北极再合适不过了。

再来看这幅画面，摄影机用的是RED DSMC2，这个型号摄影机根据传感器不同共有四个版本，分辨率从5K到8K，价格也从15000美金到54500美金递增，由于四个版本外形相同，而且镜头上方被挡住了，所以无法判断具体是哪个版本。此外摄影机用了ARRI的机身套件。

而最值得关注的，其实是摄影机搭配的镜头，用的是佳能50-1000mm超长焦变焦镜头，这款镜头2014年上市，售价高达7.8万美元，约合47万人民币，是野生动物摄影师的梦幻镜头。

北极自然环境恶劣，很多时候北极熊能去的地方人去不了，只能借助航拍，除了常规无人机外，摄影组还用到了直升机，并在机身底部安装了遥控头协助拍摄。画面中能清晰看到，坐在飞机后排的工作人员一般看着监视器，一边操作手中的遥控调整镜头。

遥控头可以说是纪录片拍摄利器，用于船上、飞机上以及雪地车上。北极天气恶劣，很多时候摄影机都是放在遥控头里，这一段能看到拆卸遥控头的过程，需要至少三个人协同操作。■





爱奇艺首次盈利背后 龚宇谈“爱奇艺拐点”与“战略突围”

亏损一轮，“属虎”的爱奇艺终于在十二岁本命年踱出“王”者步伐，实现首次盈利，给整个行业注入一针强心剂。

而就在几个月前，中国长视频行业正经历艰难时刻：中概股下跌，融资困难；用户娱乐消费时间被短视频

频争夺；内容阶段性供给不足；广告收入受市场环境影响，持续承压。外界对于长视频何时盈利、未来将行至何方的讨论此起彼伏……

短短几个月，爱奇艺内部究竟发生了什么？爱奇艺的盈利是否依靠裁员和减少内容投入“割肉实现”？能否持续？是否标志着行业拐点的到来？视频平台穿越周期的能力和使命为何？

“策略调整应该再早一点”

财报显示，一季度，爱奇艺收入73亿元，同比下降9%；净利润1.691亿元，此前市场预期净亏损6.7亿元。长视频行业太需要这样振奋人心的消息。财报发布后，5月26日爱奇艺美股收盘飙涨9.22%。行业的讨论风向，也从亏损更多地转向信心。

“如果提前半年或一年进行策略调整，情况会比现在更好！”龚宇略感遗憾地说。



眼前的龚宇衬衫、西装，儒雅、温和。九年清华时光赋予他的理科气质似乎并未褪去，但十二年娱乐行业的浸染又让他充满文艺。你很难想像，爱奇艺近几个月一系列大刀阔斧、坚决果断的变革均在他自信而大胆的研判下进行。

龚宇所说的策略调整，是自去年10月以来，爱奇艺把从追求市场份额为目标转变为追求利润为目标。

之后，爱奇艺推出降本增效措施，要求团队发挥工匠精神，追求极致品质、追求创新增长、加强精细化管理，同时要敢于抓大放小、敢于关掉没价值、低价值的业务。

“策略调整了，每个业务的取舍和执行方式就都不一样了。”龚宇将策略调整的具体措施归纳为，内容策略聚焦头部、关注运营和销售效率提升、减掉低效率业务。

在急剧变化的外部环境和疫情冲击中，新一季财报印证了爱奇艺团队的策略执行力依然高效。新策略不仅成功将公司拉出了亏损泥潭，也让龚宇超额兑现了他对市场的盈利许诺。

盈利依靠裁员“割肉实现”？

亮眼的成绩，也迅速让外界与爱奇艺去年的裁员进行挂钩。

“这是个误解”，龚宇表示：“减亏的核心是提高效率，爱奇艺不会做饮鸩止渴的事情。减少的20%人员，主要还是因为效率低的业务不做了，所以相关人员要减掉。爱奇艺决策的核心还是要可持续发展，不能为减成本而减成本。”

“以前为了争夺市场份额，我们有太多类别要做，并且都需要比较充分的投入，哪怕是细分的小赛道。但是在这些小赛道里，大部分项目是亏钱的，从投资回报角度来讲是不划算的。所以如果以利润为目标，我会把回报小的或是投资回报差的项目砍掉或收缩规模。”龚宇介绍。

同样被爱奇艺砍掉或者剥离出去的，还有看不到前途的电商业务、硬件业务等边缘业务。

这些项目砍掉了，相关人员就需要减掉！核心是提高效率。

内容方面，爱奇艺的“降本”策略，直观体现在聚焦头部内容上。

龚宇表示：“如果内容分头部、腰部和尾部，我们现在最主要的策略是增加头部内容，减少扑街内容，腰部内容不刻意去做。因为行业普遍的规律是——头部内容是引导会员增加、广告收入增加，总收入增加的驱动力，也是提升用户和会员忠诚度的核心。”



同时爱奇艺也会根据环境的变化做对应的策略调整，例如在持续受到疫情影响的环境中，为了保住广告收入而勉强投资、制作综艺是不理性的，播出来没有赞助会导致亏损，所以在这个领域可以放慢制作和播出速度。

但在会员消费主导的剧集市场，爱奇艺则进行了充分的内容储备，今年的全部内容和明年的大部分内容，现在基本都已准备好。

财报显示，正是一季度《人世间》《心居》《猎罪图鉴》《对手》《一年一度喜剧大赛》这样的全民爆款，巩固了爱奇艺的市场领先地位，带来会员规模和月度平均单会员收入（ARM）增长；同时，进一步提升的运营效率、销售能力以及给用户优质的服务，让爱奇艺的首次盈利水到渠成。

策略可持续 爱奇艺迎拐点

作为头号玩家，也是整个行业的前瞻者和创新者，爱奇艺此次盈利意味着什么？中国长视频行业是否即将迎来发展拐点？

“是不是行业的拐点，还有待观察，但这一定是爱奇艺的拐点，一季度的表现是可复制的。”龚宇笃定地说，因为我们所有降本增效的举措，都有一个必须遵循的原则，那就是有益于公司的中长期利益，不是饮鸩止渴，不是割肉瘦身，是可持续的。

十几年来，龚宇带着爱奇艺披荆斩棘，熬过了优酷退市并入阿里、贾跃亭的乐视崩盘、搜狐退出战场，把市场份额做到了行业第一。造梦的视频行业，充满吸引力，但又难言回报。长时间烧钱和亏损，一度让龚宇和长视频行业都有种进退两难的悲情。

2021年10月的公司内部会议上，龚宇首次在公司内部提出了从追求市场份额转向追求利润。同时还公布两条铁律：一是平衡好利润和市场份额，不能不负责任，不管不顾；二是平衡好短期利益和长期利益，绝不



能饮鸩止渴。

策略需要实施和见效时间，龚宇形容去年10月至12月中旬是最艰难的一段时间。“政策收紧、融资困难、广告承压、内容短缺、行业身陷短视频和直播双重夹击……那种感觉就像在夜里顺着碗边往下滑，不知道碗底在哪儿。”

龚宇笑着对记者说：“两年前，有媒体问我第二次创业和第一次创业有什么不同，我说‘从容很多’，后来发现，这句话说得太早了。比起这次的焦虑，上次创业根本不算事儿。无法缓解的焦虑，只能去解决问题。”

“有时候，激励人的不是成功，而是压力和挫折。”龚宇说。

他就读于清华大学自动化系，一路从本科念到博士，很多人都叫他“龚博”。“但如果在我名字前加个头衔，我最喜欢的还是企业家。企业家身上有很多特性，很坚持很有情怀，把中长期利益看得更重，更有韧性，抗压能力更强。”

“策略调整的过程，有误解，有憋屈，很煎熬，很痛苦。但不管怎样，爱奇艺最难的时候已经过去。”龚宇微微点头，“现在天亮了，我们在顺着碗壁往上爬。虽然不能说爬到了碗上面，但至少这个碗边是看见了。这是通过我们的努力可以实现的。”

长视频路在何方？

“其实不论愿不愿意，行业也已经到了开启新阶段的时刻，从只追求用户高增长变为更看重平台盈利能力。”龚宇表示。

事实上，在国内互联网流行赢家通吃的局面下，在线视频行业是少数始终保持着多家竞争态势，同时又不止一家平台拥有上亿付费订阅用户。

“这正是以内容为核心价值的产业特点，”龚宇解释，“因为从需求角度、内容供给角度全 是多样性的，内容产业的供给双方都是多对多关系，很难形成老大一

家通吃的市场格局。”

【会员提升驱动力】——会员收入一直是长视频行业的主要收入来源。“但比起国外，国内视频网站内容的重合度更高。这直接导致我们相同用户购买其他网站会员的动力不足。”龚宇告诉记者一个数据，“在北美，高峰的时候，一个用户同时间买的会员账号超过5个，而我们才1.2个，比例是比较低的。主要原因还是独家播出的头部内容少，这个问题正在逐渐解决，原创头部内容比例正在增加，独播的比例也在增加，这是巨大的驱动力。”

除此之外，公众对知识产权价值的认可、提升，反盗版在法律层面、政策层面的加强，用户消费升级等都会驱动会员规模及收入的提升。

【优质内容持续供给】如何能保证平台稳定持续产出优质内容？一直是这个行业的灵魂拷问，也是龚宇在多年思考的破局之题。

龚宇认为，一方面是优秀的人才。

当前爱奇艺有数十个剧集、综艺、电影、动漫等工作室，采用这种结构确保创意发挥和高效执行。这个思路来源于龚宇和丁磊的一次交谈，网易游戏工作室的策略被他跨界借鉴到了影视行业。“我想游戏行业跟影视制作行业基本规律一样的，从2017年开始，我们采用工作室这种结构，现在证明这是对的，保证了我们原创内容的充足供给。”

另一方面是技术创新。

“中国影视行业有一个规律叫‘穷庙富和尚’，就是平台亏钱或者不怎么挣钱，但上游制作公司和个人的收入一直是快速增长的。”龚宇分析，“最核心的一个原因是工业化程度不够。”他希望通过工业化让整个行业提高生产效能，进而实现“共富”。

影视工业化已经成为影视行业提升内容预判和提升效率的关键。龚宇介绍：“首先，可以利用科技提高预测能力。头部内容，不是大数据能算出来的，但它可以给你一些规律。扑街剧，能够通过数据绕开。做一部剧，流量多少、会员收入多少、广告收入多少，可以靠AI、大数据、人工智能的办法来提高预测的准确程度；第二是所有的信息都上云，提高效率；第三就是利用各种技术工具，比如虚拟制作。”

【商业模式下一个创新点】——率先从PC转型移动端、率先发现网剧网综和网络电影“价值洼地”、率先杀入“正版战争、率先开启用户付费……多年来，龚宇对视频行业的思考和探索始终保持前沿。

“没有疫情时，飞机密闭的空间是我最喜欢思考的地方，我的很多重大决策都是在飞机上做的。”龚宇告诉记者，他一天的时间安排一般是白天在单位开会，傍晚和业内人士交流，夜晚独自思考。

除了“一鱼多吃”的商业模式，爱奇艺现在也在探

索“云影院”的单片点播模式。

“从120多年前卢米埃兄弟放的第一部电影，就是卖票的，这种商业模式深入人心，单片点播从创作者的角度看，因为作品好，有更多的用户来看，得到的回报是正比例的。”龚宇对这一模式抱有极强信心。

“我希望这是我们下一个创新成功点，但这需要经受时间的考验。”龚宇举例说，“我们2010年布局移动端，到了15年移动端才占据市场主导地位；我们2011年开始做包月、做会员，四年后，数据才证明这个模式是正确的。”

平台穿越周期的能力和使命

即使在最冷的冬天，龚宇依然深爱这个行业。感性和理性结合，是他认为这个行业的魅力所在，也是最触动他的地方。

“感性主要在创作方面，要挖掘人性，有想象力，有空间感，有创造性，有冒险精神，每一次都是新鲜及未知；但制作层面又是系统的、工业的，有很多现代科学、工程学。”描述其中的玄妙，龚宇乐在其中。

从事内容行业多年，龚宇感性、敏锐，但从不潦草；接受过理工科逻辑思维训练，龚宇理性、果断，却并不执拗，他能毫不违和地与导演、工程师、学者、企业家融成一片，下一秒似乎又能随时抽离。两者结合，对他来说，既是热爱又是优势。

在龚宇看来，视频可以按照规格分为长视频、中视频、短视频。也可以按照内容创作者划分为专业用户制作和普通用户制作，而他则更喜欢从用户角度把视频分为可口视频、娱乐视频和兴趣视频。

可口视频类似于快餐，用户消费时心态轻松，只是简单地消磨时间。娱乐视频是电影、剧集、动漫、综艺等视频内容，主要体现在思想性，能开启思考、产生共情、甚至会影响自己的价值观和一生。他认为无法低估的内容影响力，是这个行业最核心的价值。

它可能会像《三十而已》那样去引你认识独立女性的多样性，也可能会像《人世间》那样带你感悟人生的珍贵，还可能会像《觉醒年代》那样教你懂得信仰的伟大。

龚宇记得上小学时看过一部电影叫《未来世界》，讲述人类跟机器人作战，从那时起，他开始思考科技对世界及未来的影响。

以内容承载及传递文化，让向上向善的时代价值观融入一代人，或许是视频平台穿越周期的能力和使命。他相信，娱乐视频的良好发展必然会促进文化市场的繁荣，对于中国这种未来经济整体持续稳定发展、社会长期处于消费升级的市场，同时具有更大的市场空间。

2022年第一季度，也是爱奇艺十二周年的最后一个季度。首次盈利，为爱奇艺上一轮划上圆满的句号，也奠定了爱奇艺新一轮发展的基础。

十二年的历程，它留给行业的不止是每年几部精彩剧集和娱乐节目，而是塑造了最完整和市场化的在线视频产业生态链。

下一个十二年，龚宇将如何站在过往的积累之上，利用深入全产业链的优势，借鉴国际同行的突围模式，摆脱行业沉疴，带领爱奇艺实现又一个螺旋上升的轮回？爱奇艺的愿景是做一家以科技创新为驱动的伟大娱乐公司。这看起来是一个复杂的目标。用技术创新降低娱乐成本，让用户更便捷地获得更多快乐，这是爱奇艺与传统娱乐公司最大的不同。龚宇告诉记者：“用技术创新来与众不同，用优质的作品来带给人一种积极、阳光的影响；一种让用户有梦想、有欢乐、有希望、有成长的力量。”

龚宇对“伟大”公司的理解包括两方面：一是商业层面的，公司要获得卓越的大规模的商业发展；二是精神层面的，要以内容价值观影响千千万万的人，特别是年轻人。

“伟大”不好定义，但每个时代总有怀揣梦想之人，把它定成自己的目标，给伟大做出精彩注解。■



制作成本最高的国产电影 一部已经看不到了

这些年电影工业发展突飞猛进，制作成本也节节攀升，下面就来盘点10部烧钱最多的国产电影，一部可能再也看不到了。



10

《西游记之大闹天宫》
(2014年)

投资：5亿
电影票房 10.45亿

这是星皓影业西游记系列的第一部，邀请了甄子丹、周润发、郭富城等巨星，创作方向是特效大片，但这个制作成本请不起好莱坞特效团队，韩国特效团队又没干好，最后由阿甘的公司完成了制作，就是导演过《唐吉可德》的那个阿甘。



09

《八佰》
(2020年)

投资：5.5亿
票房31.11亿

管虎执导的《八佰》阵容强大、动作场面火爆，为了拍这部电影挖了一段苏州河、盖了四行仓库，布景和美术都耗资不菲。另外，电影拍摄用了得到IMAX认证的阿莱摄影机，这款摄影机只租不卖，日租金高达1万美金，确实很烧钱。

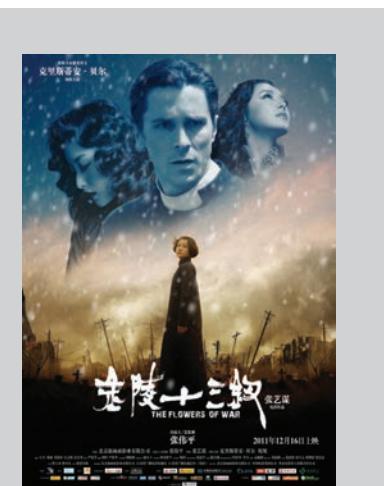


08

《赤壁》
(2008年)

投资：6亿
票房5.81亿

赤壁不用过多介绍了，阵容十分强大，也用了很多特效镜头，因为制作成本太高，吴宇森将电影拆分成上下两部，然而两部加起来还没到6亿票房，是中国电影史上最典型的投资失败案例。



07

《金陵十三钗》
(2011年)

投资：6亿
票房6亿

张艺谋喜欢拍国际大片，《金陵十三钗》摄影师达到38名，大部分新人演员完成了2年的培训，除了幕后人员有不少来自好莱坞外，还请到了国际巨星克里斯蒂安贝尔，虽然贵为巨星，但他只身来到中国，连个随行的助理都没有。



06

《紧急救援》 (2020年)

投资：7亿
票房 4.85亿

林超贤在《湄公河行动》和《红海行动》成功后，确实有点膨胀了，制作成本越来越大，《紧急救援》大场面层出不穷，特效也做了不少，水下戏份还远赴国外拍摄，制作成本高达1亿美金，结果亏了。



02

《长城》 (2016年)

投资：10亿
票房 11.73亿

这部电影在青岛东方影都拍摄，但因为有马特达蒙、威廉达福等好莱坞演员加盟，以及传奇、环球影业投资，所以是按照好莱坞制片体系完成的电影，也是中美合拍的一次大胆尝试。特效则由工业光魔和维塔工作室共同完成，是不折不扣的特效大片。



05

《狼图腾》 (2015年)

投资：7亿
票房 6.97亿

事实证明，找国外导演执导国产片不是个好主意，《狼图腾》烧了7亿，结果拍出了一部文艺片，钱都花在哪始终是个迷，难道用来训练狼了？



04

《阿修罗》 2018年

投资：7.5亿
票房 4556万

要说最惨的国产电影，非《阿修罗》莫属，投资高达7.5亿，因口碑不好上映2天就撤档，并始终未能重映，也没有上线播出。电影特效由维塔工作室完成，确实精良，但导演审美太差啊！所以说，贵的不一定就对。



01

《长津湖》 (2021年)

投资：13亿
票房 57.75亿

毫无疑问，《长津湖》是目前为止国产电影最大的航空母舰，投资制作的天花板，剧组最多时超过7000人，拍摄期间做核酸检测的成本就高达几百万，目前《长津湖》和续集《水门桥》部分影院还在上映，还没看的抓紧了。■



03

《妖猫传》 (2017年)

投资：9亿
票房 5.3亿

《妖猫传》拍摄了将近5个月，服装、置景奢华，还邀请了染谷将太等几位日本演员参演。但日本演员出了名的片酬低，9亿投资是算总账，在襄阳建了唐城，还植树造林。不过电影拍完，影视城还可以继续留着供游客参观。



怎样才能拍出爆款纪录片？

潘志琪，纪录片导演。

代表作《24号大街》，在2018年的第2届西湖国际纪录片大会、第24届上海白玉兰电视节，和第55届台北金马奖，都被提名为当年的最佳纪录片。

之所以能有如此多的荣誉加身，是因为在这部作品里，潘志琪探寻到个人之于社会的微弱和无力——这不是单方面造成的，而是由个人的性格，与时代的变动共同作用的结果。

不只是《24号大街》，在他的其它作品里，比如《侦探》（2009）、《迷藏》（2010），以及尚未公映的《胡阿姨的花园》，潘志琪始终保持着自己的这种个性。

我们有幸采访到潘志琪导演，请他与我们分享了，关于纪录片拍摄的一些方法论问题。

01 | 为何选择纪录片

Q：最早接触纪录片是什么时候？您本科学的是服装设计，研究生读的是影视广告导演，现在在做纪录片。为什么会这么大的转折？

A：我本科学的是“染织服装设计”。这是一门特别老的学科，应该说它跟纺织业有关，其实就是设计花布的。因为这个专业跟服装特别近，所以那个时候，各大美院会把这个专业跟服装设计相结合、就成了“染织服装设计”，属于工艺美术学的范畴。研究生的时候，我读的是影视广告导演专业的艺术硕士。

说起来挺有趣，本科我学的是染织服装设计，但我的毕业创作是一个当代艺术装置；研究生读的是影视广告导演专业，我的毕业作品是纪录片《迷藏》——之前跟苏七七有过一篇访谈，也说到过：我的学习经历和我的创作方向，总是在错位，会发现充满了那种不确定的感觉。

Q：在众多的影视艺术形式里，为什么纪录片会吸引您？

A：最早接触纪录片，是在电影学院的课堂里，比如司徒兆敦老师的课，当时看了好多片子在他课堂上，我慢慢接触、了解了纪录片。

至于决定拍纪录片，是我从电影学院上完学之后。因为电影学院的很多专业的核心课程还是电影，影

视广告导演课程也是围绕影视广告策划和电影基础课程。所以，开始是想拍电影的，但剧情片的门槛相对高一些，因为涉及到相对比较庞大的剧组，还需要有一笔相对可观的资金来保证片子能执行下去，但那时候，找钱挺难的。

但为什么决定拍纪录片呢？当时我在浙师大工作，在金华，那是相对来说比较悠闲的一个城市，假期回到原来的环境，又觉得自己学完电影也做不了什么，慢慢地我发现我身边的人和事、环境，就是我们平时在电影学院看到的电影中的人和场景、很相似，就想着以纪录片的形式去呈现。那时候我们学院有一台索尼DSR-PD150，本来是实验室用来拍课程的，平时很少用，我就拿着它，当成实践自己电影梦想的一个玩具，观察并接触周边的人和事——《侦探》(2009)和《迷藏》就是这么来的。

02 | 如何跟拍摄对象沟通

Q：《迷藏》（2010）这个纪录片，拍摄它的初衷是什么？

A：其实开始拍摄前没有一个很直接的判断，纯粹就是对这些人的故事、经历感兴趣。这跟我现在的创作好像不一样。

比如说我现在拍蜜蜂，跟制片人赵佳合作，就会更注重前期的调研，我会更注重人物的选择和预期，项目开始进展到一定阶段，我必须得找到这个故事的表达和结构。但这种想法，在当时是没有的。

当时就是凭直觉，觉得这些人命运的不确定性吸引了我，我觉得我拿着机器去陪伴他们一段时间，能一起经历一种生活。但等我慢慢进入到这个群体之后，我发现了另外一个人物，就是现在《迷藏》的主角小张，

他比我接触的最早的人物的故事更有张力，就下决心拍下来了。

Q：您是怎么让小张同意您以他为主角拍摄纪录片的？有什么沟通技巧吗？

A：对于很多刚开始拿起机器拍摄的纪录片工作者来说，这是个我们都会面临的问题。首先我觉得拍人还是需要有缘分的，比如说小张（《迷藏》男主角），刚好那时候他比较愿意跟人家交流，特别是跟我，他会比较愿意交流，可能刚好那时候他也比较困惑吧，可能觉得我和摄影机的存在，对他的生活来说是一种依靠，或者说是一种依赖。

当然，我也会坦诚跟他说，我想做一个纪录片，我会把我的想法告诉他。

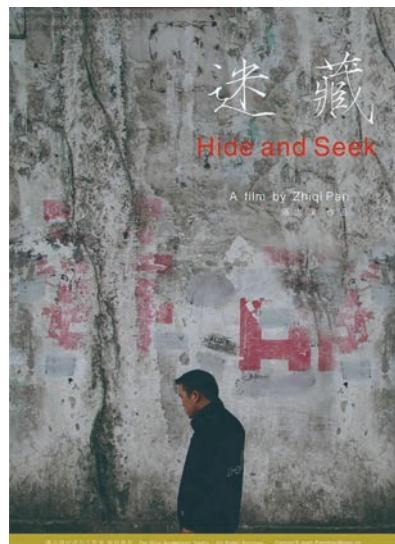
其实这里还有个沟通技巧的问题，应该是说纪录片导演都应该具备的一种能力。我觉得首先你做纪录片，特别是做人的纪录片，跟人打交道的能力就会显得很重要，这是从事这个行业应该具备的能力。

它其实也就是我们正常跟人家交往，就是说你在生活里怎么交流会让人舒服，你拿着摄影机的时候也应该遵循生活的逻辑。

Q：聊一下在金马奖上大放异彩的《24号大街》吧，最初是怎么找到片子里的拍摄对象？

A：哎呀，大放异彩谈不上啦。最初找到这个片子的拍摄对象，跟我当初拍《迷藏》的时候一样。就是我一开始关注的人物，并不是老苏。

当时我正在拍广告，因为调到杭州工作，刚好就在沿江那一带，需要找个地方住。同事帮我找了个地方，把定金一付我就搬了进去，才发现我是哪个小区第一个入住的住户。小区边上全是工地，我在楼上往下看





的时候，能看到一条棚户区，里边全是农民工和家属、小摊小贩，市井味很浓、我下去那里看，发现这条街也很魔幻，给人一种后现代的感觉，就是那种一堵墙突然开了个洞，里边就有一个小店，所有的桌椅板凳也都是木头板子临时钉起来的，有种古代武侠片客栈的感觉。下雨的时候这也漏水、那也漏水。

我后来就开始拿着摄影机走进那个棚户区，接触到形形色色的人——老苏是我在比较后边的时候才发现的，也是跟小张一样。接触后发现跟别人不一样，他会比较愿意跟你交流，有一种倾诉和很想要向我表达的欲望，而且跟我很投缘，这样我的摄影机跟着他，也会有更好的驱动力。

Q：您有这个感觉吗？您镜头下的被拍摄者，好像都有表演自己的成分？

A：我觉得这个是好事儿，尤其是对于我们做人的纪录片选题来说。比如说，我也碰到过选定拍一个人，一年以后你才发现，他身上的行动力很欠缺，那片子再往前推就比较难了。

表演欲强，也跟这些人生活的轨迹会有关系，可能刚好那段时间，他们有一种表达的愿望，会做一些比较独特的行为。往往人物的动机也很强烈。

但并不是说所有的人物纪录片，主角都会有这么强的外露的性格。比如说，我特别愿意推荐大家看一个片子，《都灵之马》，里边那对父女，他们就没什么对话，但你看他们的造型，就会觉得它们很有故事——他的脸，他的行动，他生活的环境，甚至包括里面灰暗的天空，呼啸而过的风，都特别有质感。像他们，你就不会觉得是在表演自己，因为那就是他们生活中的自己。

所以，选人物还是比较复杂的，就是要从多个层面去观察和衡量。

03 | 拍人，还是故事？

Q：在您的经验里，拍摄现实题材的纪录片，最难

的地方在哪？

A：对于刚入行的拍摄者来说，可能会觉得难在方法上，就是不知道这个选题应该怎样去动手，但我觉得无论如何先动手先去试最重要。其实每个阶段，都会面临不同的问题。比如说我，我始终觉得现实题材，特别是关于人物，最困难的，还是跟人的交流，因为你毕竟是用别人的生活，去构成一个影片。哪怕你在拍摄过程中，会在制片环节签定一些肖像权协议等等，但我觉得这些还是解决不了最终的问题。怎样在制作中与人物沟通交流、合作是很重要的一个话题，永远绕不开。

Q：拍摄现实题材的纪录片是关于人的，还是关于事的？

A：两者都有，就是拍人还是拍事。其实我觉得也可以说两者可以结合得很好。往往有一种情况，就是你找对了一个人，他的事儿自然而然就来了；还有就是，你选定了一个议题，通过这个议题，你可以串联起很多人物。还有另外一种情况是，你不拍人，也不拍事，就拍自己的观点。这种我觉得是最最高明的，现实对你的约束比较小一点，那人和事，对你来说，只不过是借用的一些元素而已，这种形式也会更主观化一些。

Q：怎样理解您说的“纪录片创作不缺故事，缺的是美学”？

A：美学，主要是说形式，就是我们怎样去讲述一个故事的方式。这里边包括视听语言、风格个性、也涉及更深刻的纪录片理念，就是我们对纪录片的理解，对人的理解，对生活的理解。我觉得后边这个可能会更难一些，跟人的经验、阅历有关，值得纪录片人永远去探索体会。

Q：您是怎样寻找自己的纪录片方向的？从选题到拍摄对象。

A：我觉得一开始做纪录片的时候，尽可能从自己的周边去找选题，去找一些可能执行的东西。等你慢慢积累一定的经验和方法以后，你才可能更清楚地知道

自己可能能做的是什么选题和方向了。比如说我之前拍农民工、关注大时代背景下的小人物，现在蜜蜂这个选题，我拍了一年以后，完成了NHK的短片版，关注的养蜂人的家庭，长版我希望通过蜜蜂关注气候变比。拍摄的人物也有些新的发现，对于选题，这个话题，我想等我们在课堂上，希望可以以蜜蜂这个为例，结合课程，我们再聊。

Q：有个朋友跟我打过一个比方，一直心存疑虑，所以想请教您。他说“(现实题材的)纪录片，就是把非虚构写作影像化”——您觉得这个说法成立吗？或者说，这两者之间有哪些异同之处？

A：我还挺认同这个说法的。就像我会在课程内容里讲到的：其实现实题材的纪录片，就是非虚构的一种创作方式。就像我拍的这些纪录片，比如《胡阿姨的花园》（后期中）《24号大街》都是跨度时间很长的，更像是一个作者在进行非虚构写作，无非是用影像的方式。

Q：其实相比于拍什么，我更发愁的是怎么拍？要解决这个焦虑，需要触及的问题有哪些？

A：纪录片怎么拍，可能会触及到的有这么几个方面。一个是语言方法，二是纪录片理念，前者是视听语言的选择与呈现，就是我们讲故事的方式，涉及到视听语言上的一些知识，但纪录片又不同于剧情片。另外就是理念、比如直接电影、真实电影、格里尔逊模式、行动电影……等等。

04 | 如何处理价值判断？

Q：怎么样处理自己与被拍摄人的情感关系？

A：从纪录片导演的群体来看，其实蛮复杂的。但对我个人来说，我只能谈谈我个人的一些看法。我觉得拍摄就是工作、情感投入也很正常、虽然是两个层面的问题，有些时候，我们可能要顺其自然。

我一般会跟我的拍摄对象告知我的想法，也在无意识中建立起良好的关系，我们可以一起共克时艰，一起去经历或者说一起去克服一些困难，寻找一些希望。

我也是一种陪伴的关系，但我来得目的，还是来拍片的——在这个层面上，还是要让他理解你，这样也有利于你后面的工作能更好地执行。一家之言啊，我不知道其他导演是怎样处理这种关系的。

Q：您是怎么做到“这么近又那么远”的？就是与拍摄对象距离很近，但传递出的信息却远大于镜头与对象之间的距离。

A：谢谢你能看到这一点。其实这个问题，也跟前边我们说的人的交流方式有关系，就是你跟你的拍摄对象，要把握好跟他的距离感，然后也涉及到你的价值判断和道德判断。作为现实题材的创作者来说，你拿着摄影机，以你平时的道德立场跟人交往，那么自然而然，就会出现这种“这么近、那么远”的效果。

Q：课程提纲里有一节叫《关于现实题材创作的思考：静观的苍蝇，还是闯入的大象？》——怎么理解这个题目？它指向的是现实记录题材创作的什么问题？

A：这个其实指的就是纪录片的创作理念和方法，就是你可以像观察墙壁上的苍蝇那样，静静地观察你的人物。或者说，你也可以像迈克尔·摩尔那样，拿着摄影机，跟着你的人物，去追议员，或者象原一男《前进吧！神军》一样，甚至会接入到这个人物的生活当中。

Q：怎样才能有效地组织、利用好拍摄的大量素材？

A：这其实是一个导演怎样跟剪辑师怎样衔接工作的问题。

我前边的片子，大部分还是我自己剪辑。如果没有条件请剪辑师一起工作，我建议剪辑时还是应该有监制或剪辑指导一起参与。如果纯粹是你个人来剪辑一堆素材的话，我建议大家还是尽量早地开始剪辑，不要等到这个选题拍完了才开始，在项目进展到三分之一时就可以开始尝试写方案、剪片花这样。

剪辑片花、写方案的过程，其实就是在梳理故事的过程，甚至你在这个环节，就已经开始在重新考虑你片子的结构了。

我个人的感觉是：一个选题，拍到最后，你每天的素材量会越来越少。为什么呢？因为你已经知道，你的素材情况，尤其是你很清楚知道自己要的是什么，所以越到最后，你要拍摄的素材量会越少，也会越精准。这时你其实已经在脑子里开始剪辑你已经有的这些素材了，你已经在思考这个片子的叙事了。





映前广告，该何去何从？

如今走进电影院，你有没有发现片头的广告越来越少？

疫情之后，整个文娱产业都在招商上遭遇了不同程度的难题，比如有热门综艺无冠名商全程裸播，而走进电影院，你一定会发现“龙标”前出现的商业广告越来越少。

在电影正式开始放映前，按规定电影院可以放10分钟的广告，包括搭载在影厅的映前广告和搭载在影片上的贴片广告。

这部分广告收入是影院重要的“非票”收入构成，也意味着广告主对电影院本身价值的认可。

过去的一段时间里，电影院遭遇了反复关停、无新片可上等危机，从业者也无奈表示，受此影响，映前广告的价值可能已经归零。

那么，在这样的大环境下，“金主爸爸”们还愿意为电影院的生意买单吗？

“不给费用，用爆米花结算”

此前，济南百丽宫影城的影院经理正在进行映前广告招商。

电影业红火的时候，这些影投旗下的影院都不需要自主招商，一些本地广告公司曾经想寻求合作，但总部会优先选择合作全国性的大型广告公司。

疫情导致影院反复关停，如今广告公司暂停承接影院映前广告的业务，总部就把招商权限下发给了各家影院。

一位影院经理无奈表示，“太难招商了，想合作的给得都太少，我们今年是某某爆米花给的广告，不给



费用，用爆米花结算。皮之不存，毛将焉附。没顾客，广告自然是不会投放。以前本地广告公司还经常求合作，现在也不敢签了，疫情的不确定性影响太大。”

在某院线负责映前广告招商的X总监有十几年从业经验，他透露，电影市场最高歌猛进的那几年，映前广告的收入规模能占到整个票房的5%到6%，比如2016年的映前广告市场就已经达到30亿元。当时诸如蒙牛、伊利等乳品品牌，映客直播等新兴互联网平台，在映前广告上的投入上亿。

“原来映前广告每年增长30%到40%，但后来你会发现，这些增长其实来自于新开的影院。影院数量增加，整个行业的竞争变得越来越大，飞速发展到某一个节点后，2019年的时候整个电影行业在下滑，2020年又遇到疫情，广告主在投映前广告时也变得很谨慎。现在映前广告的规模能有票房大盘的1.5%就不错了。”

2019年，市场份额排名第三的映前广告代理公司晶茂倒闭后，如今的映前广告市场格局基本是二分天下——万达院线自主经营映前广告业务，占据了一定的市场份额，此外绝大多数院线、影投等都选择和广告行业的头部公司分众传媒合作。从分众传媒的年报中，我们可以一窥近些年映前广告规模整体的变化。

在影视寒冬中，2019年影院端的广告收入已经开始下降。2020年疫情开始，影院停摆半年，影院广告收入大幅下降到4.8亿元，2021年有所回升，但仍未达到2015年的水平。

分众传媒旗下负责影院广告业务的分众晶视副总裁邵暄皓透露，目前公司在影院广告方面已经三个月没有收入了，此业务处于暂停状态。

“比如今天全国开了一半的影院，但不等于我们能实现正常业态下一半的收入，开业不等于有观众，因为没有片子。其实电影院的生意更多来自于上游的片源，片源是第一要素，映前广告是电影行业里面最下游的角色，有片子上有人去看，我们的广告才有价值。现在一是没有片源，二是没人去看，没有到达一个产品的价值量级的门槛的时候，我们的价值是归零的，它不存在中间状态。”

映前广告的前世今生

2019年之前，映前广告经历了十几年的高速增长期。

根据2010年《21世纪经济报道》的一篇文章，中国内地的第一条电影贴片广诞生于1995年，广告主是



肯德基，这开创了代理公司进入国内电影广告市场的先河。1998年，分众晶视的前身央视三维广告有限公司注册成立，促成了多个电影广告，比如多普达手机搭载张艺谋的大片《英雄》贴片宣传。

1995年，中影获得批准，开始每年进口十部“大片”，国外大片的引进推动了国内电影市场的发展，也开启了映前广告的大片时代。

曾经做过万达院线映前广告和中影贴片广告业务的一位资深从业者回忆，以前是进口片票房高，所以在相当长的时间里，广告都追着大片走。

“每年中影和华夏引进外国大片都是有数量限制的，我记得当时《变形金刚》的映前广告都能招满甚至超时，还出现了中影版和华夏版两种映前。因为广告位置是离正片越近位置越好，倒1（倒数第一位）的广告最值钱。所以比如这一部大片，中影卖倒1倒3倒5的位置，华夏卖倒2倒4倒6的位置，到了下一部进口大片，中影华夏再把这个位置换过来。”

2005年入行的邵暄皓见证了这一业态十几年的发展。在他的记忆里，最初阶段广告投放都是围绕进口影片，广告主也大多是外国品牌，因为这些品牌已经经过海外市场的培育，认可大片的广告价值。

国产片彼时最吸引广告主的是贺岁档冯小刚的电影，“当时基本形式还是内容植入，不是常态化媒体化的投放，比如当时剑南春经常跟冯小刚的电影合作，有点sponsor的感觉，或者说广告在电影中一开始就是以比较高级的整合营销的形态出现的。”

2010年前后，随着档期的逐渐成熟、进口大片和国产大片数量逐渐增多、电影院的商业资源逐渐丰富、大盘突破百亿，电影广告媒体化常态化成为可能。电影广告也从sponsor形式过渡到贴片广告形式，再过渡到映前广告和贴片广告共存的形式。

贴片广告即影片本身搭载的广告，广告主冲着影片自身的价值而选择投放广告。映前广告则出现在贴片广



告之前，往往以包厅包月的形式出现，意味着广告主认可档期价值和电影院本身的价值。

映前广告的市场最初是因为海外大片的引进和国外品牌的投放而催生的，但内地电影市场的映前广告业务和海外市场有很大区别。

邵暄皓介绍，欧美、日本等地的映前广告有30分钟左右的时长，甚至印度还有中场休息时间用来放广告，观众对广告的接受度也更高。

“全世界电影广告时间最短的就是中国，是有行业规范指引的，约定电影广告的时长是在10分钟左右。在国外没有这种指引，很多地方在放循环场，你可以在任何一个时间段进去，因为你买的是进去的资格，可能某部电影你就看了一半。但中国观众进电影院，目的性很强，就是去看某部电影，并不是把它当成完全的休闲放松娱乐时间。包括现在互联网视频前面放广告，消费者也很难去接受更长的时长，所以才产生出来会员制。”

2011年9月，中国电影发行放映协会和中国电影制片人协会曾联合发布《电影贴片广告、映前广告自律规则》，规定“播放电影广告时间不得超过10分钟。其中，片方、发行方的贴片广告不超过5分钟，院线和影院的映前广告不超过5分钟。电影院应按照票面标准时间准点放映，经影片版权方同意的合作方可再银幕出现《电影片公映许可证》之前，播放不超过5分钟的电影预告片。”

一部分观众对于影院的映前广告有抵触心理，邵暄皓分析，最核心的一个原因，是中国广告的内容和质量不能让观众满意，所以才需要去制约广告的时长。

“你看泰国的广告创意性很强，其实是有观赏性的，美国的广告可视性很强，美国的映前广告有一个重要的组成部分是大量的商业预告片，有演唱会的，有球赛的，实际上是一个文体娱乐的所有信息的内容发布平台了。”

部分消费者对广告时长的态度，影响了映前广告市

场容量的快速扩张，从业者无法通过增量来实现业绩增长，只能在有限的时间里去完成销售，这也限制了广告主的范围。

“比如说美国市场的广告主形式更多样，可能就是周边一个披萨店的广告”，邵暄皓分析，“中国的电影广告主还是集中在头部品牌、相对有规模的企业，因为10分钟的总时长约束了广告主的规模，意味着影院广告存在一定门槛，有一定的金额和品牌影响力才能够进入到这个市场，所以中国的电影广告主偏中高端。”

“已经有广告主询问《侏罗纪世界3》了”

在过去十几年时间里确立的中高端广告主准入门槛，可能会成为疫情后映前广告市场复建的底气。

某院线负责映前广告业务的X总监分析，电影院广告主以大型企业和大型品牌为主，比如汽车品牌、乳品品牌，这些头部广告商即使在疫情之下，也依旧有大量广告预算。它们可能会因为几个档期的消失而暂时取消投资计划，但并不意味着对整个电影映前广告业务失去信心，“这个行业不会消失。”

邵暄皓认为，映前广告目前受影院关停的影响进入低谷，但长久来看，仍然有不可替代性。因为影院广告和互联网上买流量的广告最本质的区别在于，触达这个广告需要成本，所以已经对消费人群做了天然的筛选。

“举例来说，如果一个广告主想在机场投一个广告，那么他一定看中了机场广告所触达的人，是至少要花500块钱到1000块钱，甚至2000块钱买张机票才能进来的人，机场已经天然去帮你去做人群的筛选了。电影院的逻辑是什么呢？在北京这个城市看场电影，至少也是花了40块钱进场的，它也做了人群的区分了，和你在街上去捕捉受众的成本是不一样的，精准度也是不一样的。”

X总监介绍，目前电影领域的广告投放主要是前期

影片内的植入和后期院线终端投放广告两种形式。相对而言也是映前广告的形式更受品牌方青睐。

他透露，最近一部喜剧大片开放了汽车品牌的植入，要价大几百万，很多客户都望而却步。“当时我们也帮着谈了几个新能源汽车，一来报价太高了，二来谈植入还需要主创同意，如果导演觉得这品牌不行，就宁可不做了，这就没法谈，但如果是投映前广告，只要客户认可影片客户愿意投就可以。另一方面，投植入的风险太大，可能几百万投进去了，结果因为艺人的问题片子无法上映，那你这个钱就白花了，还有的片子压了很多年才上映，那你当时想推的商品过了这么久才有广告问世，也没有意义。”

在与广告主长年累月的接触中，邵暄皓发现，有一些广告主仍然针对大档期、大片去投广告，但也有新兴的广告主，懂得从淡季、从更合适的影片中找到自己的潜在客户。

“70后、80后是在大片概念中成长起来的一代，现在很多广告的决策者还是70后、80后，某种程度上他们还会依循传统，去投大片”，邵暄皓分析，这些客户会首选春节档以及档期中的绝对大片投广告，一来价格很贵，二来效果有时候适得其反。因为春节档是一年中最合家欢的档期，一些观众往往只在春节档走进电影院，对这批观众而言，来电影院就是为了看电影，如果此时他们看到了过量的广告，往往会产生厌烦心理甚至投诉。

“长期来看，我们是在培养广告主的一个意识——让电影为广告主服务，而不是让广告主不断去追求电影的热点。现在会和电影院进行全年合作的，往往都是有这种意识的品牌，他们把电影市场作为一个整体，去服务自己的营销战略。他们关注的是中国的喜欢看电影的年轻人，能不能和电影院的广告产生情感共鸣、在电影院里感受到一种时尚感、娱乐感、大屏感。”

随着代际的变化，如今越来越多的90后、00后参与到广告的决策中，一些新品牌在诞生，邵暄皓发现，比如今年春节档，一个年轻的饮料品牌就不会去追求投绝对热门影片，而是选择了《奇迹》，瞄准自己的用户群体，和年轻用户产生更好的连接。

甚至影院的在三、四月份传统淡季，也会有少数品牌方主动来投资。这些对市场颇有研究的广告主认为，此时能走进电影院的往往是更年轻的受众、或者是电影院重度用户，这些观众对广告的接受度、消费的可能性也更高。

“比如每年三、四月可能是奥斯卡颁奖季的得奖影片上映的时段，像《绿皮书》《爱

乐之城》《三块广告牌》这些，虽然票房不是很好，但是这些电影都是真正好看的艺术电影，一些奢侈品品牌就很愿意投这些电影，因为调性匹配。一些年轻的运动品牌也会在此时投映前广告，因为此时进电影院的是更年轻的观众，这些品牌没必要去春节档，意义不大。”

这些认可电影和影院本身价值的广告商、无论旺季淡季都不离不弃的金主爸爸，或许会随着代际的更迭而变得越来越多。

《爱乐之城》，坐在电影院看电影的男女主角

另一方面，电影从业者们也在培养更多这样的广告主，帮他们转变思维。

在没有收入的三个月里，邵暄皓的团队也没有闲着，他们做了中国电影市场近十年的分析，通过报告的形式把结论分享给广告主和影院，希望他们意识到中国电影市场的特色、介绍电影院复苏后这一媒体形式的独特价值。

“实际上，电影院是弹性最强的媒体”，邵暄皓研究发现，“疫情中它受到的影响是最大的，但同时在复苏中它也是反弹最高的，这是一个互相的关系。我们发现2020年在美国市场，所有的业态和所有的媒体都在大幅下降，到2021年恢复之后，电影院反弹最高，这是由电影院的属性决定的，一它是户外，二它是强娱乐性，三它的内容质量的产出是远高于其他所谓媒体形式的。”

邵暄皓发现，广告商们压抑的需求已经开始反弹，“现在很多客户已经开始询问我们下个月《侏罗纪世界3》的上映情况，所以我相信只要疫情和防控措施放松之后，这种爆发一定是非常迅猛的。”

这两天，很多影院开始逐步复工。此时走进电影院的观众、愿意投资映前广告的金主爸爸们，都是整个电影行业的强心剂，我们期待电影业重回正轨。■





视频平台开启新分账模式 网络电影不那么好玩了

“现在的网络电影市场，划水肯定是行不通了，因为创作者要直面市场的考验。”面对2022年发生变革的网络电影生态，一位创作者发出如此感慨。

自今年1月以来，各大视频平台就开始发布一系列有关降本增效的举措。爱奇艺首席内容官王晓晖明确提出“四个放弃”，即：“放弃单纯迎合向的内容，放弃悬浮向的内容，放弃明显赔钱的内容，放弃没有创新的内容。”

按照“四个放弃”的标准，除去“放弃明显赔钱的内容”这一条，不少网络电影基本踩中了其它三条。这表明，平台要对网络电影精挑细选了。

5月份爱奇艺发布第一季度财报。数据显示，爱奇艺一季度总营收73亿元，净利润1.69亿元。这是爱奇艺首次实现季度盈利。

可见，爱奇艺降本增效的目标，已经初步实现。不止爱奇艺，腾讯、优酷等平台也在调整对网络电影的投入和扶持策略。

据云合数据显示，2022年第一季度全网上线的网络电影约99部。对比2021年同期，仅爱优腾三家平台上线的网络电影就有160部。

2022年，平台调整了网络电影的制作门槛和收益模式。对于网络电影的制作公司、主创而言，这是行业转折之年。

身处行业之内的导演、编剧、制片人，他们面对行业的发展和变化，又有怎样的感触？

带着疑问，我们和多位业内人士就当下的市场环境进行畅聊，听听他们如何看待行业的变化与发展。

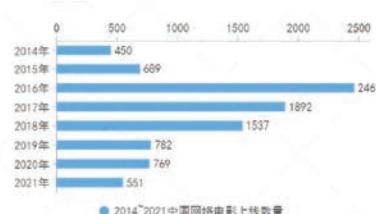
时代之变：曾经赚快钱，现在也内卷

2014年，爱奇艺提出了“网络大电影”的概念，简称“网大”，专指为视频平台打造的电影。

当时一部名为《道士出山》以不到100万元的成本，获得了超过2000万元分账收入。

看到有暴利可图，网络电影很快就进入了野蛮生长期。当时，很多拍摄广告和微电影的公司入局，他们擅长“短平快”的拍摄手法。网络电影的产量直线提升，但影片质量却参差不齐。

2016年全网上线的网络电影高达2463部，是历年来上线数量的最高纪录。如此多的作品上线，影片质量自然是良莠不齐。当时的很多网络电影都游走在尺度边



合作模式	商业模式	级别	分账周期	票房说明	授权期限	授权范围
会员首播	会员分账	不分级	180天	* 分账单价： 1.5元/小时（独家） 1.05元/小时（非独家）	10年及以上	全球

会员分账有效时长：会员用户在影片会员分账周期内观看授权作品的累积有效时长，以小时为单位计算。

① 有效观影人次：许可作品付费周期内，每付费用户连续观看单一付费授权作品超过6分钟的一次或多次观影行为，计为一次有效观影人次。			
② 内容定级单价：定级单价由内容评估作为标准，级别如下：			
级别	合作方式	单价（元）	分账期
S	独家	4.5	180天
A+	独家	4	180天
A	独家	3	180天
B	独家/非独家	1	90天

缘，以各种打擦边球的手法来吸引眼球。

2017年3月1日，《电影产业促进法》正式实施。其中规定，网络电影与院线电影的审查标准统一。从这一年开始，网络电影的审核门槛提升，很多劣质的作品被挡在平台门外。

自此，网络电影的上线数量开始逐年下降。从2017年的1892部，一路下降到2021年的551部。

产量的锐减，一方面因为平台开始提高质量门槛，另一方面也是受疫情影响。多方面因素叠加，使得网络电影行业不得不开始减量提质。

从分账收入来看，近三年来，的确出现了一批市场反响不错的网络电影。譬如《鬼吹灯之湘西密藏》《奇门遁甲》，两部电影的分账收入都超过了5000万元，直接抬高了网络电影收入的天花板。

但是，网络电影分账收入距离1亿元似乎还有很远的距离。票房天花板低成本就上不去，制作也相对受限。

青年导演高先生曾经拍过一部网络电影，目前他专攻院线电影。对于这部网络电影的制作经过，他表示有点不堪回首，甚至都不愿提及片名。

高先生回忆道：“那是2019年，我作为新人导演，缺少机会，就接了一部网络电影的导演工作。当时是制作公司和平台合作，把一部奇幻小说改成网络电影。小说前后的逻辑有问题，虽然在剧本阶段修正了一部分，但当时给编剧创作的时间短，有些问题没解决。拿到一部没打磨好的剧本就开机，我要在15天之内完成前期拍摄。赶工拍完，最后的电影质量就比较水。”

高先生的经历并非个案，绝大部分网络电影都存

在类似的问题。剧本不扎实，拍摄需要赶进度，拍摄成本多数都在500~1000万上下浮动。制作方只求尽快拍完、尽早上线。以这样的态度来制作影片，作品连及格线都很难达到。

今年，各大平台开始实行降本增效，网络电影的制作有哪些明显的变化呢？

编剧阿冬近几年一直在参与网络电影剧本的创作，他之前的作品基本都实现了盈利。但是，从今年开始，他和公司都明显感觉到创作压力增大了。

阿冬说道：“网络电影的生态环境已经完全改变了。回看2017年前后，那是挣快钱的时代。一个项目只要能蹭到热点和IP，很容易就能拉来投资。现在肯定不行了，我们公司近期与平台洽谈的几个项目都被叫停了。当下，各个平台都倾向于扶持头部网络电影。投资不高、缺少明星，没有爆款潜力的项目已经没有生存空间了。”

网络电影成为头部游戏，曾经可以以小博大的时代一去不复返了。

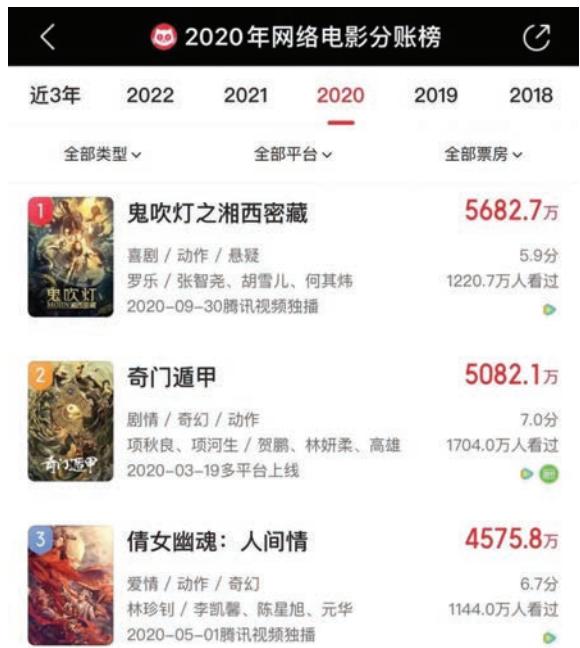
阿冬表示：“现在我们公司也在顺应市场变化，目前正在开发一部S级的网络电影，制作规模可以对标院线电影。成本必然上升了，制作门槛就是提高了。无法跟着市场改变的公司，只会被淘汰。”

模式之变：单片付费有望打破天花板

曾经，网络电影市场对于制作公司而言，是一片蓝海。

各平台主要是以“前6分钟有效观看”来进行分





账。会员进行了一次有效观看之后，制作方即可获得一次分账。

这样的分账形式，就造成了网络电影倾向于在前6分钟大招频出，各种场面、动作齐齐上阵。只要是能让观众坚持过6分钟，就是胜利。但是6分钟之后，影片水准急速下滑。

今年4月初，爱奇艺推出“会员分账有效时长×分账单价”的新模式。新的分账模式以会员观看一部网络电影的有效时长来计费，观众看1小时和1个半小时，制片方的收益是不同的。这个新模式，也有望杜绝很多网络电影只有6分钟精彩的弊端。

优酷目前的分账模式是：有效观影人次×内容定级单价。平台在拿到一部网络电影之后，会进行S级、A+级、A级、B级分类。作品上线之后，会员一次观看超过6分钟，计为一次有效观影人次。

腾讯当前的分账模式：内容定级单价×有效观影人次。这个模式和优酷大同小异，只是在价格和分级上略有不同。

对于今年开始的平台分账新模式，制片方又是如何看待的呢？

轻刀快马公司创始人、制片人魏君子表示：“这是挑战，也是机遇。此前的网络电影强调前6分钟的一惊一乍，创作者要在前面下工夫。所以，平台改变了分账模式是好事。主创要改变创作思维，不仅要头尾精彩，还要中间有爆点。”

魏君子还以他的一部作品来举例，说道：“我制作的《东北警察故事》之前在爱奇艺上线，收益不错。如果是按照新的分账模式，收益还会更多。作为制片方

而言，更有信心了。我正在筹备《东北警察故事2》，这就可以考虑加大投入。”

从分账单价来看，爱奇艺在三家平台中似乎不占优势。为了吸引到更多具备号召力的网络电影，爱奇艺还推出了“云影院首映”的合作模式。

在“云影院”上线的网络电影，需要用户单片付费，这就是业内常说的PVOD模式。在点播分账期内，制作方可以自主定价，单价分为12/18/24/30元四个档次。

进入“云影院”有更高一级的门槛，影片必须具备一定的制作量级和号召力。此前，冯绍峰主演的《青面修罗》就登陆了“云影院”，单片定价12元，会员半价6元。

对于“云影院”的合作模式，新片场创始人、制片人尹兴良分析道：“在原有的分账模式下，5000万元就是网络电影分账票房的天花板了，因为当前各个平台的会员增长已经停滞了。但是有了云影院这样的新模式，单片付费就有可能突破这个天花板。从理论上来说，单片付费的收益要比纯分账模式要高。”

各个平台新的分账模式，宗旨都是希望提升网络电影的质量。平台从原来的To B（面向企业）模式逐渐转变为To C（面向用户）模式，分账收入直接和作品质量、用户观看时长挂钩。一部网络电影的质量越好，收入上升的空间就越大。

近一年多以来，网络电影有《浴血无名川》《硬汉枪神》《东北告别天团》等多部叫好又叫座的电影面市。其中，《硬汉枪神》不仅获得3358万元的分账收入，还在豆瓣获得7.0的评分，这个分数在网络电影中是拔尖的水平。

当前，在平台降本增效的杠杆撬动之下，新的分账模式已经对质量导向的创作产生了积极的影响。但这仅仅是一个开始，如果对标Netflix、Apple tv+等国外流媒体推出的《罗马》《健听女孩》等获得奥斯卡大奖的网络电影，差距仍然很明显。

即使对标国产院线电影，网络电影的整体质量依然难以与之相提并论。

放眼未来，国产网络电影在内容质量和投资规模上，还有很长的一段的发展之路要走。

自2022年1月1日起 升级后的内容定级及单价

级别	合作方式	分账单价(元)	分账周期
S Pro	独家	5	自上线之日起6个月
S+	独家	4	自上线之日起6个月
S	独家	3.5	自上线之日起6个月
A	独家	2.5	自上线之日起6个月
B	独家	1.5	自上线之日起6个月
C	非独家	1	自上线之日起3个月

产业事件

8090万

由杨紫琼主演，《瑞士军刀男》导演关家永、丹尼尔·施纳特执导的奇幻动作片《瞬息全宇宙》全球票房收获8090万美元，超过2018年阿里·阿斯特执导的《遗传厄运》(8020万美元)，成为A24旗下全球票房最高作品。

该片3月25日在北美上映，目前北美本土票房达6150万美元。虽然影片已经登陆线上数字平台，但院线上映仍在持续，总票房有望冲击7000万美元。

海外市场，突破百万美元的地区有：英国(5M)、澳大利亚(3.8M)、中国台湾地区(2.3M)、俄罗斯独联体(2.2M)、中国香港地区(1.4M)、德国(1.1M)。据悉，该片制作成本2500万美元。

A24发行电影票房Top20

- 1 《瞬息全宇宙》 2022
- 2 《遗传厄运》 2018
- 3 《伯德小姐》 2017
- 4 《月光男孩》 2016
- 5 《原钻》 2019
- 6 《仲夏夜惊魂》 2019
- 7 《女巫》 2016
- 8 《机械姬》 2015
- 9 《房间》 2015
- 10 《春假》 2013
- 11 《灾难艺术家》 2017
- 12 《艾米》 2015
- 13 《别告诉她》 2019
- 14 《黑夜造访》 2017
- 15 《绿衣骑士》 2021
- 16 《灯塔》 2019
- 17 《年轻时候》 2015
- 18 《米纳里》 2020
- 19 《八年级》 2018
- 20 《儿童法案》 2017

6000万美元

被称作“救市”之作的《侏罗纪世界3》北美周四提前场收1800万美元，首日票房5960万美元，在疫情时期排第五。对比同系列电影提前场数据，高于《侏罗纪世界2》的1530万美元，低于第一部的1850万。该片首周3天票房预计为1.25-1.42亿美元。《侏罗纪世界》前两部北美开画票房分别为：2.08亿美元和1.48亿美元。目前影片在烂番茄新鲜度跌到32%，系列最低分。但爆米花指数在81%，普通观众还算认可。Cinema Score评分A-，IMDb评分6.0勉强及格，时光网评分7.1。由于在韩国等市场开画比较早，《侏罗纪世界3》影片目前全球累计票房为1.15亿美元。影片在内地上映两日票房2.4亿人民币，今日将突破3亿人民币，超越《坏蛋联盟》成为2022年度内地票房最高进口片。《侏罗纪世界》2015今年在内地拿到14.18亿人民币的累计票房，《侏罗纪世界2》2018年在内地则砍下16.95亿元人民币，猜猜《侏罗纪世界3》在上海大票仓缺席的情况下，最终能到多少亿？



杂志赠阅 / 电子刊下载 关注“依马狮视听传媒”公众号

一站配齐

请及时提交您的资料，更新您的反馈时间，
不让这一期成为您的最后一期！！！

操作方式**01****02 点击【关注公众号】****03 点击【申请赠阅】，或进入微信菜单【服务大厅】****04 选择订阅方式****广告联系**

出版人/总编
汪稳功/Wengong Wang
+86-755-83862930/40/50/60/70
Fax:+86-755-83862920
Email: wwg@imaschina.com

深圳平台：
吴涛 15817479613
0755-83862930/70
Fax:0755-83862920
Email: taowu@imaschina.com

北京平台：
汪琛 13911265797
Email: cwang@imaschina.com
马毓蔓 13641031039
Email: xma@imaschina.com
Fax: 0755-83862920

上海平台：
孙小雨 13816866321
Fax:0755-83862920
Email: xysun@imaschina.com

广告索引

广告厂商	页码
CCBN2022	03
BIRTV2022	封三
IMAS/依马狮视听科技	封底

本表系为读者检索便利所设，如有错误，敬请谅解。



第三十届北京国际广播电影电视展览会

Beijing International Radio, TV & Film Exhibition Online & Offline 2022

智慧引领 | 融合驱动 | 产业赋能

2022/08/23 - 27

5G
传输

5G传输及发展趋势

4K
8K HDR

4K / 8K超高清制播



大型体育赛事转播



媒体融合新发展



智慧广电



网络视听



AI
人工智能



灯光



电影



3D音频



专业AV



VR

IP化

IP化网络制播解决方案



云计算与大数据

线上展 · 线下展

23日 主题报告会 / 24日—27日 展览会

北京 · 中国国际展览中心（静安庄馆）

www.birtv.com



扫码关注 / 了解更多

视频号 / 直播号



专业，也能简单

讲市场、论趋势、谈技术、推应用、助品牌、拓行业

(直播号；B 站；抖音；IMAS 官网……)



原创为先，新媒体 新内容 新视角

欢迎新角度、创意内容探讨及合作

期待与业界企业及专家老师就技术发展、市场趋势、应用分析等专业内容开展合作

期待与行业内灯光、摄像、拾音、虚拟制作等视频 / 直播设备及整体解决方案提供商开展合作

依马狮《传播与制作》、《InfoAV》、《电影中国》三大传播平台，覆盖从声音、图像采集，到信号处理、传输、控制、管理，直至终端显示播放的大视听行业传播链条，强大的原创内容团队及原创内容生产能力，能够保证视频

/ 直播内容的创意性、专业性、可持续性，我们有信心打造大视听行业新媒体

新内容 新视角的流量汇聚阵地，

非常期待能与您携手开创，共同发展！



InfoAV
CHINA

传播与制作

电影中国

im as 依马狮视听工场
IMAS AUDIOVISUAL WORKS

网 站：www.imaschina.com
微 公 号：依 马 狮 视 听 传 媒



联系方式：

马小钦（华北区）
13641031039
xma@imaschina.com

孙小雨（华东区）
13816866321
xysun@imaschina.com

汪琛（华北区）
13911265797
cwang@imaschina.com

吴涛（华南区）
15817479613
taowu@imaschina.com

汪稳功（国际）
13502888356
wwg@imaschina.com