

近日,第十四届北京国际电影节“国际会客厅”活动启幕。这是北影节历史上首次举办“国际会客厅”。在“国际会客厅”举办的两场论坛上,中外嘉宾共同探讨了中国电影进一步走向国门、融入世界市场的实现路径。



## 口味变了 根据“本地化”接受度推广中国电影

美国电影协会亚太区副总裁兼大中华区总裁冯伟指出,在过去,一些带着很浓重中国元素的电影,如《卧虎藏龙》《英雄》和《十面埋伏》都在北美创下了破纪录的票房成绩——这体现出北美观众对中国文化的兴趣。然而,其后到来的一些影片却稍显沉寂。个中原因,可能是因为海外观众对功夫片有一定的审美疲劳。

马来西亚和柬埔寨公司 Westec Media 区域内容主管李维薇介绍,之前非常热门的《你好,李焕英》以及《人生路不熟》《封神》《长津湖》《姜子牙》等等,都是很优秀的作品,在海外颇受欢迎。在她看来,“应该抓住机会,充分考虑目标市场的观众需求,以及他们对本地化的接受程度,借此推广中国电影”。

## 渠道改了 中国影片要从华人市场走向北美市场

冯伟认为,中国电影在发行上可以同主流媒体合作:“中国影片要从华人市场走向北美市场,可以通过主流发行平台或者展会,那里还有很多机遇值得挖掘。另外,中国电影发行,不要局限于院线发行,以网飞和迪士尼+为首的流媒体的用户群体非常庞大,这些线上平台渠道都是很好的机会。”

谈及中国电影目前的海外发行策略,法国公司 mk2 国际销售主管昆汀·博汉纳表示,在和不同的导演合作时需要采取不同的方式和策略。他举例说,自己曾在戛纳电影节上看了《永安镇故事集》《河边的错误》的导演魏书钧的作品,觉得艺术水平很高。“但考虑到影片、导演本身的知名度等,进行大范围的投放是不太现实的,所以我们充分抓住了电影节的机会来进行推广——包括使用优秀的公关团队,制作了精良的海报,举办放映仪式等等。而像贾樟柯导演就不同,他本身的国际知名度已经很高,所以我们直接进行了预售,并采取竞争制的选片。”

## 方法多了 进一步提升竞争力 提高海外曝光度

与会嘉宾纷纷表示,国产电影在世界各地市场均有巨大潜力,但需要具体策略的支持,需要精耕细作,才能获得更好的反馈。

精耕细作的方法之一是成立发行基金。英国公司 Trinity CineAsia 的联合创始人塞德里克·贝雷尔指出,相对而言,中国电影工作室的竞争力还需进一步提升,尤其是海外曝光度方面。为越过这些障碍,可以采取例如成立发行基金等措施提供支持。

方法之二是重视分析目标受众。新加坡公司 Anticipate Pictures 的首席执行官郭明昇认为,我们今天处于一个万物互联的世界,年轻人通过社交媒体途径看电影、了解电影。在这样一个竞争激烈的环境下,选什么样的片,最终还是取决于目标群体。

方法之三是打破语言障碍。李维薇表示:“我们一般发行华语片都是两个版本,原声版和配音版。而我们的观众都倾向于配音版,这也说明了一定的问题。”

方法之四是重视全球化内容。冯伟指出,中国电影走向世界的核心在于要如何用全球化的语言来表达中国故事。“中国曾经也有一大批导演到美国来做人才交流,在这一方面已经有了丰富的经验。但是中国电影的编剧能力还需进一步培养,如果能把故事的类型化做到极致,那么就很有希望。”

方法之五是重视媒体和院线合作。昆汀·博汉纳认为:“中国的艺术片需要国际媒体的宣传,当把美国作为目标市场时更是如此,比如先在少数影院进行试映,之后再根据情况进行拓展。”

### 论坛

## 哪些中国电影更容易为各大电影节所青睐

在“中国电影在海外电影节的发展机遇”论坛上,来自七个国际电影节的主席、选片人分享了他们选片的心得,从中我们可以窥见:哪些中国电影更容易为各大电影节所青睐?

东京国际电影节主席安藤裕康表示,去年东京电影节有 95 位中方嘉宾,12 部中国影片。在他看来,这些中国电影作品都十分优秀,如顾晓刚导演的《草木人间》就凭不俗的水准获得了黑泽明奖。

塔林黑夜电影节于 20 世纪 90 年代中期起源于北欧,首届塔林黑夜电影节只有 15 位外国参会者。电影节主席蒂娜·洛克表示,塔林黑夜电影节虽然面对的市场量级很小,但同样能在选片过程中看到许多国际电影、接触到许多国际团队。值得一提的是,近年电影节都有许多中国电影作品,并且数量不断增加。

马塔布拉塔国际电影节主席费尔南多·胡安·利马介绍,马塔布拉塔国际电影节强调文化、公众接触的重要性。就他个人而言,他自己非常喜欢中国导演张律执导的《白塔之光》。“电影中有许多本地元素。这些美丽的北京元素动人心弦,而电影传达的价值观比如父子之间的联结也是人类所共享的。”

北京国际电影节组委会办公室执行副主任崔岩表示,北京国际电影节虽然是一个相对年轻的电影节,但力图做到兼容并蓄、活动丰富——今年的北影节设置了 200 多项活动,包括展映、评奖、论坛等,目的就是希望更好地满足海内外观众、导演等的需求。崔岩说:“未来我们会继续走向国门,带着更多演员、影片、厂家出海,参加国际电影节。”

### 相关

## 香港推出“开拓内地电影市场资助计划” 单片最高可获港币 1000 万融资

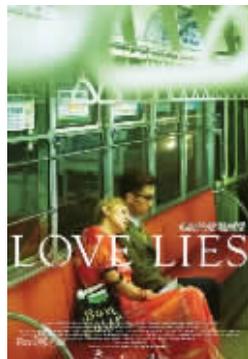
香港电影发展局秘书长、创意香港助理总监麦圣希 4 月 20 日在北京国际电影节上透露,香港将实施“开拓内地电影市场资助计划”,支持香港电影公司与内地文化企业一同投资香港作品。此计划中的获批电影必须在香港公开上映,如成功在内地电影院公开上映,最高可获政府融资资助港币 1000 万元。该资助计划将于 5 月 6 日起开始全年接受报名。

本次发布的“开拓内地电影市场资助计划”旨在支持香港和内地文化企业投资香港导演的制作和发展内地市场,希望通过这项新举措,让香港电影业界制作更多能进入内地市场的电影,并且拓宽香港电影从业人员对内地电影市场的视野。

对于香港电影界人士而言,本次资助计划最大的亮点在于,被资助的电影项目,拍摄地点将不受限制,给予了电影创作者更大的自由与助力。此次发布的资助计划针对电影的投资量级和资助金额均做出了更明确的规定,符合资助资质的影片,制作费必须在港币 2500 万元至 1.5 亿元之间,获批电影必须在香港公开上映,如成功在内地电影院公开上映,将会获政府融资资助港币 1000 万元。

在本届北京国际电影节上,几部原汁原味港产片的放映也平添了不少香江风采。无论是 20 世纪 80 年代香港导演徐克、谭家明的新浪潮代表作《第一类型危险》和《烈火青春》,还是近期香港新生代导演滚烫出炉的新作《望月》(罗耀辉导演 2023 年作品)、《恶人当道》(关文轩导演 2024 年作品)、《败走麦城》(阮德德、罗怀恩、蔡康凝导演 2024 年作品)、《我谈的那场恋爱》(何妙祺 2024 年作品),都令观影者再一次切身感受到港片的独特魅力。

据北京青年报



# 北京电影节首次举办「国际会客厅」 海外专家为中国电影「走出去」支招