



已经举办了18届的上海国际电影节,如今已成为折射中国电影市场和电影产业的一面镜子。一路相随走来的上海电影产业,从自身特色出发,在转型升级中焕发勃勃生机——

上海电影业：携风触网前行

本报记者 吴凯 金晶

- ①电影《煎饼侠》上映17天后跻身“十亿俱乐部”,票房已达11亿元。
- ②上影集团与上海美术电影制片厂共同出品的《黑猫警长之翡翠之星》日前在全国热映。



利用国际金融中心的优势,以资本为纽带打通电影全产业链;加强配套服务的供给,为上海影视行业开辟一条特色道路;合理运用金融杠杆,为高风险高回报的电影行业保驾护航;……

伴着影视产业的快速发展,上海电影产业也迎来新一轮政策春风。去年10月,上海出台了《关于促进上海电影发展的若干政策》,在战略层面布局,从资金支持、金融税收、土地规划、人才培育、区县联动等7个方面对电影产业链上的各个环节给予扶持。在上海电影“新七条”颁布的第二天,上海市电影摄制服务中心便正式挂牌成立。之后经过近9个月,这些电影方面的政策利好陆续发酵、显露成效。

战略布局全面铺开

利用国际金融之都的优势,上海市在文化与金融融合发展方面开花结果

如今,在落实上海电影企业税收优惠政策和加大上海电影企业金融支持力度两项政策的合力作用下,光线影业、麒麟影业、翡翠东方、米粒影业等40多家传统影视企业已顺利入驻上海。而在众多互联网公司中,优酷土豆也率先将合一影业落户到上海。

利用国际金融之都的优势,上海市在文化与金融融合发展方面开花结果。从迪斯尼、梦工厂等一批重量级跨国文化企业到沪投资,到上海温哥华电影学院参与科幻大片《2054》的合拍制作,从美国金融担保公司落户自贸区,到中国网络剧微电影双创中心落地……业内人士认为,随着国家“一带一路”战略效应的突显,上海在产业和金融方面的拉动、示范效应将表现更加突出。

对电影产业的助推也将更为强劲。略显遗憾的是,“新七条”中设立的2亿元专项资金,至今尚未到位。设立该笔资金时提出“整合现有相关扶持政策和资金,每年安排不少于2亿元资金,支持上海电影发展”,范围涵盖了从取景拍摄到后期制作乃至境外参赛的全过程。上海市文化广播影视管理局局长胡劲军告诉记者,他们面临的主要困难是涉及面太广,需要一定时间确定申报和发放细则。“不过在今年年底就会开展符合政策的申报工作。”胡劲军说。与此呼应,上海市闸北区也将拿出1亿元资金支持该区内影视产业的发展,香港电影总会或在年内入驻。

跨界融合方兴未艾

上海电影业借助互联网大渠道合作的特点已显现。“互联网+电影”带来更多想象空间

“互联网为今天的电影创意提供了更广阔的空间。在这样一个时刻,互联网作为新兴力量进入电影业,希望它向120年来在观众中形成的‘目光之网’和‘心灵之网’保持足够的敬畏和尊重。因为人们的观察、思考、发现和表达,正在形成电影的内容、形成电影的黄金创意。”国家新闻出版广电总局电影管理局局长张宏森在上海电影节上的一番话,为“电影+互联网”燃起了希望之火。

近年来,在互联网与电影产业融合发展的探索中,上海一直走在全国前列。今年3月底,上海国际电影节和阿里巴巴集团签署战略合作协议。阿里巴巴旗下的“娱乐宝”成为电影节官方指定的互动娱乐合作伙伴,淘宝电影也成为电影节的官方指定票务平台。上海国际电影节有限公司副总经理丁莉表示,双方将用3年时间,从影视新人

扶持、影迷互动服务、探索行业未来等方面入手,开展多维合作,将电影节打造为一个具备互联网基因、提供极致服务体验、探索行业未来、孵化产业新势能国际性活动。

无独有偶,上海美术电影制片厂日前也与移动票务平台微影时代实现了战略合作,双方将共同开发包括黑猫警长、阿凡提、葫芦兄弟和大耳朵图图等观众耳熟能详的300个优秀动画IP(知识产权),希望通过多样化的内容载体重塑中国经典动画形象。这次“联姻”也意味着,上海美影厂这家老牌电影厂由此注入了互联网基因,开启“互联网电影”的新模式。作为双方合作的开端,动画电影《黑猫警长之翡翠之星》已于8月7日全国公映。黑猫警长这个亿万人民熟知的英雄形象,重新在互联网思维下被进行全方位的开发。

上海美术电影制片厂是我国目前规模最大的动画电影制作基地,拥有中国最多的经典动画IP形象。在上海美影厂厂长钱建平眼中,这些经典形象贵若珍宝。他表示,“美影厂绝不会跟风,具体的开发将经过细致而严谨的讨论,不会白白消耗这些经典IP”。未来5年,双方还将制作一批动画影片,并在上海设立产品研发中心。美影厂将在版权、服装、玩具等领域的开发上与微票进行深度合作。

当下,上海电影业和互联网大渠道进行合作的特点,已有显现。但是互联网的创新创造除了BAT为首的几大行业龙头里相对集中,更多的是中小互联网企业里的“细胞”式迭代创新。在这方面,无论是企业数量还是开发领域,上海仍需继续积累。向好的是,上海普陀区近日开放了天地软件园、华大科技园等科技园区中近10万平方米园区资源和优质商务楼宇将作为互联网电影产业的承载空间,中国众创联盟等创业平台也虚位以待,为初创阶段的“互

网+电影”企业提供支持。相信众创时代的“互联网+电影”将给上海电影产业带来更多想象空间。

围绕产业链持续创新

上海的地理位置,决定了这座城市具备成为中国影视后期制作中心的优势

在相对成熟的电影工业体系中,对于一部电影来说,找到投资仅仅是第一步。将它顺利拍出来,上映发行并做好推广,才算真正的成功。在这一连串的过程中,有一块是至今为止许多国产电影仍欠缺的,那就是完片担保。

所谓完片担保,是指用以规避影视制作风险,保证投资人投资的影视产品能够符合前期约定的内容和形势要求,并且如期按预算交付的一种融资性担保产品。借助上海国际电影节的渠道,完片担保再一次走进了人们的视野。作为全球业务量最大的完片担保公司,美国电影金融公司还以公开课的形式,将完片担保与电影工业化制片流程中的各类规范、准则引入到国内。

在电影业高速发展的今天,国内很难寻觅标杆式的制片标准。每天都有那么多影片开机,不同的剧组运行着不同的制片预算和拍摄计划。电影制作的风险点多,可控程度也低,其中拍摄、预算等细节,更是成了“潜行规”和“不能说的秘密”。优秀制片人才的稀缺、制作标准的混乱无章,进而导致管理的无序,影片制作大量超支、烂尾的情况也由此产生。

“电影是按照商业规律制作出来的产品,有其自身的创作生产规律。”美国电影金融公司中国区CEO叶禾卿表示,完片担保引入的标准化体系能够同时有利于制作人和投资人,而这套体系引入国内还需要从头开始,慢慢推广。

此外,国产电影在产业链上的制作环节还存在短缺,譬如后期制作入门槛高、缺乏核心技术和高端设计人才。由于上述原因,很多国产大片和中外合拍片最终无奈选择到国外进行后期处理。

针对电影后期制作的问题,上海市推动上海首家大型影视后期制作服务平台的建成。由立鼎文化发展有限公司投资上亿元打造的、以顶级录音棚为主体的数字化电影后期制作中心——“立鼎电影后期制作基地”在2014年开始试运营,每年可完成50部大电影、500部广告片的后期制作。

“上海绝佳的地理位置,决定了这座城市具备成为中国影视后期制作中心的优势。”立鼎文化总经理曹玛丽表示,公司愿意与国外一流公司同台竞技,PK后期制作技术和服,“我们要让人们知道,中国能够提供最好的硬件设备,还能提供最好的软件服务”。

助推电影精品“倍出”

——访中国文艺评论家协会

副主席毛时安

为提升上海电影核心竞争力和国际影响力,完善现代上海电影工业体系,上海发布了《关于促进上海电影发展的若干政策》。它以上海市2011年4月发布的《关于促进上海电影产业繁荣发展的实施意见》和国家财政部等7部委2014年5月发布的《关于支持电影发展若干经济政策的通知》精神为蓝本,就进一步促进上海电影发展提出了若干政策。近日,记者就此采访了中国文艺评论家协会副主席毛时安。

记者:近年来,上海对电影发展的扶持力度不断加大。《关于促进上海电影发展的若干政策》发布后,将整合现有相关扶持政策和资金,每年安排不少于2亿元资金,支持上海电影发展,支持精品优品创作生产。您怎么看这些政策?

毛时安:这次政策的设计有几个亮点,一是打通了电影全产业链各个环节和各个要素,涵盖了电影产业链的各个环节。产业发展各个环节上的主体都有可能成为专项资金的扶持对象。

二是高票房的优秀商业大片和新人新作是扶持重点。由于上海缺乏大投资、大制作、高票房的商业大片,这项政策旨在鼓励提高上海出品的电影在全国市场份额占比,鼓励吸引具有票房号召力的作品落地上海,鼓励国内外优质电影资源向上海集中,呼唤引进一批优秀电影制作企业。

三是上海出品、电影完片上映是硬指标。专项资金扶持的电影作品必须在上海备案、立项且上海为第一出品方,并取得《电影片公映许可证》后上映。电影剧本前期开发和创作未纳入扶持范围,与上海现有的文化发展基金扶持政策形成互补,同时还减少了评审的随意性,增强财政资金扶持的公平性。

记者:上海如何利用金融业集聚的优势,加大对电影企业支持?

毛时安:这在政策中主要体现在两个方面。一方面,是完善上海电影企业直接融资机制,鼓励符合条件的影视企业通过主板、中小板、创业板、新三板和上海股权托管交易市场等途径募集资金。对成功在境内上市或挂牌的本市中小影视企业给予适当补贴。鼓励影视企业独立发行或集合发行企业债券以及短期融资券、中期票据等债务融资工具。对于成功发行债务融资工具的上海中小影视企业给予适当补贴。

另一方面,将完善上海电影企业间接融资机制。鼓励商业银行和融资性担保机构积极支持和服务电影企业融资,营造良好的融资环境。加大电影企业融资担保风险分担比例。对担保对象属经认定的上海市文化创意产业园区内的中小影视企业,可按其担保项目代偿实际损失予以一定补偿。对通过评审的影视项目给予贷款贴息支持。对使用完片担保服务的上海电影企业实际发生的完片担保服务费给予一定补贴。

记者:今年暑期档,电影票房不断刷新纪录,上映影片中,叫好又叫座的作品越来越多。上海会如何扶持电影精品创作,丰富人民群众的文化生活?

毛时安:人才是电影创作的基础,电影精品的涌现离不开优秀人才培养的建设和支撑。上海将创新电影人才培养模式。鼓励相关院校和教育培训机构开展多形式、多层次和多类型的电影人才培养。鼓励引进具有国际领先水平的电影教育教学资源,通过中外教育机构合作办学、院校与行业机构产学研合作等多种途径,探索人才培养新模式,提升培养电影人才的能力和水平。

同时,上海还将加大电影人才培养力度。进一步加快电影人才实训体系建设,按规定予以实训设备添置、培训项目开发、师资队伍建设等经费资助。鼓励电影行业相关企业开展职业技能培训,将电影行业相关技能培训项目纳入培训补贴目录。

建立电影人才使用激励机制也非常必要。上海将电影人才纳入“领军人才计划”,加大对电影高层次人才开发和培养的支持力度。将电影人才纳入“首席技师培养选拔千人计划”资助范围。鼓励电影企业建立“技能大师工作室”,发挥优秀电影人才和电影团队的示范引领作用,并按规定予以工作资助。

上海将持续支持精品优品创作生产,弘扬具有爱国主义和时代精神、有较高思想、艺术水准和市场价值的优秀影片的创作生产。(岩泉)

《大圣归来》：让诚意之作更有缘

本报记者 金晶 实习生 安彤彤

当前热映的《西游记之大圣归来》以不断创下新高的数字,刷新国产动画电影票房纪录时,上海国际电影节无疑是感到欣慰的。借助电影节的平台,《大圣归来》在正式上映前的一个月就在看片会上获得媒体交口称赞,还成为上海电影节传媒大奖设立12年以来唯一入围的动画电影。这部动画电影有着与众不同的魔幻风格,剧情、人物在颠覆中兼具情怀,终被业内业外推举为一部提振信心的扛鼎之作。电影与大众之间是讲究眼缘的,如何让观众知晓、如何让人们走进影院并发自内心的喜爱……《大圣归来》结缘的做法和启示值得分享。

在《大圣归来》出现前,来自好莱坞的《功夫熊猫2》曾以6.17亿元的票房,保持着中国市场动画电影的票房纪录。这期间,中国动画电影人作过一次努力和尝试,从《魁拔》到《兔侠传奇》,从《秦时明月之龙腾万里》到《藏獒多吉》……其中也不乏诚意之作,但市场反应总是平平。

对于已经相对市场化的电影市场来说,票房成绩会直接影响上游环节。

首先,它会影响到投资人的信心和投资行为。因此,在励志片、爱情片、惊悚片大量出现、迅速回本的片源市场里,动画电影似乎成为一个“被冷落的孩子”,蹲守在自己的空间里默默修炼。

“这次我们之所以选择西游记这部小说作为电影原始素材,是由于它是一个路人皆知的故事。只要有人开始做这个题材,就容易获得关注。如果作品还不错,就容易有好口碑。”《大圣归来》出品人、高路动画CEO路伟说。

《大圣归来》的导演田晓鹏也钟情于西游记这个“大家都知道,不用去宣传”的题材,站在巨人的肩膀上起跑。而他对西游记还有另一段情结。今年40岁的他,曾在1997年担任大型国产动画《西游记》的创作,并且独立负责了其中4集的生产监制。每当“白龙马,蹄儿朝西”的主题曲响起,他心中都有一种说不出的感怀。正是这种情结支持着他的创作。从美猴王的形象设计,到大圣与小唐僧的人物关系,再到角色对白的细细打磨,8年时间打造的《大圣归来》,终于给人带来耳目一新的立体感。而对于特效元素的使用,田晓

鹏认为,技术需要依附于扎实的内容才能开花结果,因此“好不好看主要还在于创意和设计”。

《大圣归来》的上映档期是今年的暑期档。这其实需要面临非常大的挑战。在这个档期,同期影片非常多,优秀影片也非常多。如何在这种环境中突围,除了内容本身过硬之外,还有一些方法可以总结。

首先,《大圣归来》能够获得市场认可,同时获得好票房和好口碑,离不开广大观众的眼光。上映后,这部影片独创性地重新定义了一个名词——自来水。所谓自来水,是指观影后体验非常好,自发自愿在微博、微信朋友圈等互联网、移动互联网社交平台上点赞、发声,主动做“水军”、做好口碑推广的人群。无论是市场票房还是传播口碑,热心的观众和互联网用户共同创造了一个又一个奇迹。

其次,《大圣归来》有支具有不同背景的组合出品队伍。他们从各自擅长的领域出发,助力影片推广。以微影时代为例,他们借助微信电影票平台,将内容营销和渠道影响结合在一起。

“我们对《大圣归来》有一个非常清楚的认识。这是一部合家欢电影,是一部上至70岁老人,下至6岁的小朋友都可以看的电影。所以我们一开始的精力投入,是全年龄段覆盖。”微影时代副总裁杨丹告诉记者。

在宣传经费紧张,预算也不那么充裕的情况下,营销团队灵感传奇提出了“深度拆机”的概念。这其实是IT行业使用的一个词,是指通过深度分析影片亮点,先寻找到深度体验用户,在这个人群中点映、试映。事实表明,这些深度体验用户成为“自来水”中最初推出观影口碑的一群人。

“有了一些口碑的基础后,我们又做了《大圣归来》周末观众点映场,层层递进,前期口碑又得到了进一步释放。”杨丹说,当好的内容遇上了互联网,呈现的爆发力是他们之前没有想到的。

一部《大圣归来》,让许多人摘掉对动画电影的有色眼镜,更让国产动画人的信心凝聚在一起。如同田晓鹏所言,影片第一部的理念是结缘,未来第二部要解决的问题是信仰。《大圣归来》带给国产动画电影的启示还在继续。

上海美术电影制片厂：

打造百亿动画IP库

本报讯 记者李治国报道：由上影集团与上海美术电影制片厂共同出品、上海电影股份有限公司影视发行分公司发行的动画大电影《黑猫警长之翡翠之星》正在全国各地影院热映。影片自8月7日公映以来,票房持续走高,首周票房近4000万。

今年正值中国动画诞生90周年,也是《黑猫警长》这部经典动画系列片的30周岁,而《大圣归来》珠玉在前,也再度提升了国人对于这部“知名度达到100%的国漫”的好感度。《黑猫警长之翡翠之星》大电影可谓天时地利人和,也为“最热暑期档”顺利地持续加码。据悉,该片在线售票成绩卓然,影院的现场购票率也很高。

“借助‘互联网+’,上海将重启美术IP经典。”上海美术电影制片厂厂长钱建平说,微影时代旗下拥有微信及QQ电影演出票、微票APP,是目前国内合作影院最多、观影人群覆盖率最高的在线票务平台。它和上海美术电影制片厂分别占据了终端和上游,各自丰富的渠道和优势资源也让他们非常看好战略合作的前景。

“此次合作将打造价值超过百亿元的动画电影及周边市场。”钱建平说。