



本版均为受访者供图

# 电影节电影市场内“国际客”穿梭 光影为媒 搭建国际合作之桥

卖家

## “让中国这个大市场知道我们的美”

作为全球第二大电影市场，中国市场对国际电影行业的吸引力，从未减弱过。在全球影视行业集体复苏的进程中，本届电影节电影市场也吸引了一大批的国际卖家蜂拥而至，推介当地的影视激励政策、拍摄取景地以及影片。

希望能将本国优秀作品带到中国这个大市场的卖家，在电影市场内仍然占据着极大的比重。电影市场的“老朋友”——泰国文化部、韩国kofic、波兰电影协会、伊朗法拉比基金会今年再次前来设展，还带来了更多制片公司，希望寻求发行、合作的机会。此前，泰国小成本制作的青春电影《天才枪手》，被引进中国后凭借超高口碑，拿下了2.71亿人民币的票房，这在全中国总票房中超过了9成的比重！这让很多公司都想在这个大市场有所表现。

沙特、格鲁吉亚、吉尔吉斯斯坦等“新朋友”，则是首次来中国，首次接触中国市场，他们希望从现在开始了解中国市场，和中国市场建立更多的合作与交流。格鲁吉亚国家电影中心表示，就算现在在中国发行格鲁吉亚电影还有难度，“至少希望有中国制片方能够喜欢我们推荐的项目创意，从而进行合作或者改编。”

这些国家级电影机构汇聚上海，还有一个重要任务，就是推介本国政策和文旅资源。像在市场内颇为吸睛的泰国联合展台——“Content Thailand”，就汇集了泰国政府机构、协会、非营利组织、私营部门和个人的技能、力量和资源。“我们负责将泰国的创意力量推介到全球市场，这个项目由泰国国家视听委员会作为协调和支持。”展台工作人员介绍说，“除了影视制作方面的内容，我们也推介泰国的旅游资源，欢迎中国朋友到泰国拍电影、旅游。”

取景地推介，也是各大卖家的重点内容。曾经接待过开心麻花喜剧片《李茶的姑妈》、昆凌主演《天火危情》、爱奇艺三部南洋题材剧《小娘惹》《南洋传说》《南洋女儿情》等中国作品的IMS马来西亚拍摄基地，是上海国际电影节“老朋友”了。基地的商务拓展总监李欣瑜介绍说，IMS是马来西亚的“国企”，“我们既有马来西亚的特色，也有东南亚各个国家的样貌，所以大家想拍东南亚风情的，大部分都会选我们。而且，像我们这样集外景地、室内摄影棚、水棚、后期制作楼等为一体的综合性影视基地，在马来西亚只有我们一家，甚至在东南亚也是唯一。”

这个基地的最大客源地是中国，中国剧组占据了其45%的份额，排在后面的是英国和美国，分别占据了20%、10%~15%。“我们很重视中国市场，重视上海国际电影节电影市场，可以说，我很多中国客户都直接或间接来自这个平台。”她说，“IMS很希望中国等外国剧组来，不纯粹冲着经济贡献，也是希望我们自己的工作人，能够从海外剧组学习到更专业的制作知识。”

在展馆，泰国展台前，几位泰方工作人员穿着艳丽的民族服装，不时有观众前往求合照，并顺势了解一番泰国影视激励政策；在沙龙，Heylight国际电影发行公司合伙人聂博睿，所分享的在法国成功发行《封神第一部：朝歌风云》的故事，让同行和业内观众听得津津有味……刚刚落幕的第26届上海国际电影节电影市场，今年回归了上海展览中心，同步回归的，是国际买家和卖家济济一堂的热闹场景，以及海内外对中国电影行业的宝贵信心。

青年报记者 陈宏

买家

## “中国故事逐渐在国际舞台受欢迎”

近年来，随着中国电影、电视剧的制作越来越精良，“走出去”的愿望越来越强烈，国际发行商也从中嗅到了商机。在本届电影节的电影市场内，就云集了一批来中国找“好片”的国际发行商。

吉尔吉斯斯坦国家电影中心就表示，去年在吉尔吉斯斯坦发行的中国影片数量，在所有国家中排行第6，他们希望能够进一步增加中国影片，特别是中国动画电影在吉尔吉斯斯坦的发行。

国际买家意愿走高，那中国电影“出海”，优势和短板在哪里？电影市场为此也特意举办了“买家沙龙”，让大家同台分享，探讨中国电影在国际不同文化背景舞台上闪耀的可能。

华人华裔占比很高的东南亚，历来是中国电影海外发行的重要地区。动作片曾经是在东南亚最受欢迎的中国类型片，但有意思的是，近年来随着中国类型片的极大丰富，东南亚的受众群也在发生变化。成立于2012年的马来西亚MegaFilms，前后发行过20部左右的中国电影，有动作片、科幻片、喜剧片，也有近年来表现优异的现实题材作品。公司执行董事谢俊江透露，优秀的动作片依然受欢迎，《战狼2》是我们公司发行的第一部中国电影，在马来西亚票房不错，但他发行作品中票房最高的，却是《孤注一掷》。“这算我们发行过的最成功的电影了，也是目前马来西亚最高票房的中国电影，票房大约是2100万马来西亚林吉特（约合人民币3200万），在马来西亚票房排行榜上排名第6！”

有意思的是，他也透露，自己不仅引进了电影，还顺便学习了中国电影的一些宣发方式，“在《孤注一掷》首映礼的时候，我也请了网红来看电影，结束了

每人送一粒鸡蛋，跟片中‘排队领鸡蛋’的诈骗情节呼应，马上就引起了很多人的好奇，吸引了一波热度。”

如果说在“华语圈”中国电影能大卖没那么令人惊讶，那在不同文化背景的法国，《封神第一部：朝歌风云》能在法国本土非华语观影人群中火爆，则难能可贵。据媒体公开报道，这部电影在全法国的140家电影院上映，共计放映了近500场。而在被誉为“全球最大电影院”的巴黎UGC Les Halles影院，其首映日的场次全部售罄！操刀了此次法国发行的Heylight电影发行公司合伙人聂博睿，说自己最早是看到了《封神第一部：朝歌风云》的片花，“当时我就觉得特别震撼，心想这么好的片子怎么能不进入法国市场呢？法国每周都会有15部左右的新片推出，中国电影的制作已经这么精良了，应该在法国被看到。”

他还透露，法国电影观众普遍年龄偏大，对电影的艺术品位要求很高，而被誉为中国的《指环王》的《封神》系列，除了震撼的视效制作，其中的历史和文化、哲学意味都非常浓郁，“电影的艺术品位，是我选择中国电影的一个主要标准。”

这样的分享，其实已经不仅仅是“买卖”了，它更大的作用，是体现了上海国际电影节电影市场作为国际交流平台的意义——都在讲“出海”，与其在家里闭门造车，凭空想象，不如多听听国际同行在实操层面的经验教训。

电影市场负责人也表示，作为行业“晴雨表”，上海国际电影节电影市场内国际展商回归、专业观众回归，都凸显了线下办展的意义，电影市场也将举办更多的类似活动，践行这个国际平台的责任和使命。

