

导演也会刷短视频上瘾,电影人集体求解 百年电影如何留住年轻人的心?



这两天在上海国际电影节中,很多业界大咖聊得最多的,就是如今电影市场的表现。当受短视频冲击已经成为常态时,电影人应该如何应对,才能留住年轻观众的心?从金爵开幕论坛到各部影片见面会,业界各方已在重视这个行业新课题。

青年报记者 陈宏

“我也天天刷短视频”

即使已经诞生过《哪吒之魔童闹海》这样的现象级作品,光线传媒董事长王长田仍然很有危机意识。他说:“我们现在出品的一些电影,和其他娱乐形式相比没有竞争力。”他说的其他娱乐形式,正是不少导演提及的短视频。

董润年导演最近一直在和黄建新导演交流,一碰面就要聊观众变化的问题,“聊完之后就有点焦虑,为了缓解焦虑我就打开短视频刷一刷,一刷就是半小时”。随后,他突然意识到,以前他们讨论短视频对电影的影响,都是谈单个短视频,说它“时间短、节奏快”,根本没意识到短视频往往都是“扎堆”出现的,“真正刷短视频的人,几乎没有一次只刷一条的,都是一次几十分钟甚至几个小时”。他看了看手机里的数据统计:上周,平均每天使用手机屏幕超过了5小时。其中有不少时间花在了短视频上。

不是他一个人如此,李少红导演说自己前两天特别感慨,因为她看到了一个王朔的采访视频。“他10多年都没有接受采访了,有一天有人成功采访了他,问他在家干什么,他说在家刷短视频,刷得睡不着。有时候晚上失眠,起来第一件事就是刷短视频,不知不觉就耗费了很多时间。他自己非常气愤,说自己怎么会有这样的毛病,一定要克服,但他同时又很享受,觉得这是他和世界联系的纽带,在里面看到

了全世界。”关键是,王朔的话,也是李少红的想法,“我自己也刷短视频”。

无论出于什么原因去刷短视频,它的存在确实已经成为电影人需要面对的新课题。“我最近碰到一些导演就会问,这两年你看了多少电影?(与以前相比)多了还是少了?回答都是少了。我一个专业人士,以前每年看五六十部电影,现在大概二三十部。”黄建新说,电影人自己进影院少了,这才是巨大的挑战。

得了解年轻人想看什么

然而,这真的只是因为“这一代年轻人是在网络社区长大的”“刷短视频成为他们的文化生活”吗?专业的电影人,都在深思之后,给出了否定的答案。他们表示,症结其实在于当下很多电影“并没有了解年轻人真正想看什么”。

文晏导演说,包括上海国际电影节这样的电影节展,“每次放很多经典影片,不管是国内的还是国外的,都被一抢而空,说明年轻人愿意看这些故事,说明好电影可以跨越很多差异”。李少红在刷短视频的时候,“不是在消遣,而是在了解行业、了解世界,找到一个观众和创作者共通、共情的点”“我刷短视频的时候是观众,我拍电影的时候,就会站在观众的角度,去想观众看到这个会怎么想”。

李少红做导演已经几十年了,她最大的体会就是“世界不可能不变”,“从胶片到数字,现



在每年的上影节,总有不少展映场次一票难求,这证明年轻人依然爱看优秀的电影作品。 受访者供图

在又面临AI革命,每次技术变革都逼我们重新找定位”。但她始终认为,创作方式可能会改变,角色会改变,但是“创作本身不会改变,哪怕你跟AI共同创作一个东西”。

所以,站在年轻人的立场上,考虑他们的想法,是导演们正在尝试的事情。此前拍《破·地狱》的时候,陈茂贤导演自编自导,“片子剪了48版还觉得不对”。后来主创就去找了1000多名观众做调研,“他们说哪里节奏慢了、哪个镜头情绪没到位,我们就一条一条改”。他非常感慨:“最后第49版能公映,真的是观众跟我们一起‘剪’出来的。所以导演在创作内容的时候一定要面向观众,把观众拉进来,一起做作品,这样才有好东西出来。”

黄建新作为资深电影人,对行业有着深刻的理解。他说,业内“很容易陷入以真人电影为准则的‘环’里,其实这个是有偏颇的”。他介绍,今年上半年,中国电影票房280亿元,其中190亿元来源于动画片。而邻国日本8年来的数据显示,“基本上动画片的收入维持

在57%左右,最高一年超过67%”。动画电影在整个产业中的收入占比超过了真人电影,为什么年轻人爱看?他说“其实就是想象力”。

需要拓宽电影收入构成

对整个电影行业来说,还需要厘清的一个误解是:电影收入只来自票房。王长田说,行业需要重新定义电影的地位,需要调整电影的“生产机制”,通过资金分配和制片环节压缩成本,来解决成本上升太快,超过市场消化能力的问题。

大麦娱乐总裁李捷也说,当下中国电影必须重新建立观众、投资方、制片方和宣发方的信心。而这是一个循环:从观众的维度说,如果他们的期望没有得到满足,观影人次就得不到保证,那么观众对电影的信心也很难建立起来。如果没有大量观影人次来支撑,投资方的信心会出现问题,新的资金就不会进来。如果制作成本还很高,制片方也会失去信心。“我们一定要重视性价比,强调中小成本、好故事驱动,而

不是依靠昂贵的特效、制景、演员去支撑一个没有那么好的故事。”他介绍,大麦娱乐在国内有10个虚拟拍摄棚,要求所有电影的虚拟拍摄量不能低于30%~40%,从而减少换景、制景的成本,希望通过新的技术来解决成本问题。

开源节流,除了降成本,还要拓宽收入构成。王长田仍以《哪吒之魔童闹海》为例分析,“要降低票房依赖程度,提高电影衍生品的收入比例。”他透露,根据不完全统计,在光线传媒为这部电影授权的部分产品中,单一产品门类最高创下了上百亿元的销售额。按当前趋势推算,其衍生品销售收入达到上千亿元是完全有可能的。此外,它的海外票房预计超过1亿美元,是20年来最高的。国产电影出海是大势所趋,这将给中国电影行业带来前所未有的机遇。

根据2024年的财报,迪士尼和环球两大电影巨头的票房业务占了40%,非票房业务占了60%。中国的电影人也正在努力拉升非票房收入,让行业有序,让整个产业更加平衡。

青年时评

青年报评论员 张逸麟

近日,一则“短剧一胎99子”被下架的消息上了热搜。剧中女主意外怀上“龙种”,一胎诞下99个儿子。消息曝光后,主创们纷纷割席:导演“甩锅”编剧,男主角“甩锅”经纪人,荒唐程度不逊于原本的剧情。

如此“雷人”的设定,不仅违背人伦常识,拿生育当儿戏,还仿佛把观众的脑子一并带走,挑战认知底线。可就是这样的剧情设定,在下架前平台显示的累计播放量超过4500万次。

随着大众接受渠道、方式

短剧不是疯癫恶俗的跑马场

的改变,短剧近年来异军突起,2024年中国微短剧市场规模达505亿元,首次超越电影总票房。如此大好形势下,理应促进微短剧走上精品化的趋势,但现实是许多短剧选择了低配化,不但质量粗制滥造,剧情漏洞百出,而且弥漫着各种毁三观的奇葩乱象。

这些短剧往往为了满足部分观众拜金主义、“一夜成龙”等心理需求,开启无脑爽剧模式。其套路无非是霸道总裁、真命天子、一步登天,并将挑起对立、离经叛道作为噱头谋求

流量。这既是创作者想象力的枯竭,也是价值观的堕落。在游戏产业充斥着大量低质量圈钱手游的大环境下,我们更能体会《黑神话:悟空》横空出世的珍贵,更能共情冯骥在颁奖礼上的那句“不容易”。同样,一旦这类“降智”短剧大行其道,只会压缩精品电视剧、短剧的生存空间,让真正想做精品的创作者寒了心。

当前,监管部门和平台正在加强对短剧的把关,仅3月份,全平台共下架微短剧超过了1200部。当然,还需继续加大

审核力度,避免“一胎99子”这样的漏网之鱼。作为观众,对于那些哗众取宠、违背人伦的短剧应该坚决划走,或者果断投诉,以此形成合力,倒逼那些依然试图走捷径、赚快钱的投资人和创作者回归正轨,用心打磨剧本,精心创作才是长久之计。

影视作品的快餐化不等于糟粕化,“一胎99子”考验的是大众对“垃圾短剧”说不的决

心。能不能遏制乱象,既取决于投资方和创作者的良知与品位,也取决于平台和监管部门的坚决一刀。

