

# 2014 年中国电影产业与艺术报告

陈旭光 李诗语 李雨谏

**摘要：**2014年，中国大陆的电影票房规模继续保持着十余年来的高速增长，总量直逼300亿元大关。与此同时，本年度的电影创作格局也呈现出一定的多样性和丰富性。随着资深导演的回归和新生代导演的崛起，“数代共生”的创作群体在电影艺术创作和类型化生产等方面均有所突破，但也不乏魔幻类型和科幻类型创作再度缺席的遗憾。此外，在信息时代的大背景下，互联网技术与互联网思维在电影生产的各个环节都与影视行业全体形成了一个前所未有的全方位互动和狂欢。

**关键词：**中国电影产业；电影创作；2014

**作者简介：**陈旭光，男，教授，博士生导师。（北京大学 艺术学院，北京，100871）

李诗语，女，硕士生。（北京大学 艺术学院，北京，100871）

李雨谏，男，博士生。（北京大学 艺术学院，北京，100871）

**中图分类号：**J992      **文献标志码：**A      **文章编号：**1008-6552（2015）02-0059-09

2014年底，伴随着吴宇森的《太平轮》、姜文的《一步之遥》、徐克的《智取威虎山》等一众名导新作的上映，过往聚集大量人气的大导演们拉开了中国电影的贺岁档序幕。继5年前中国电影突破百亿大关后，中国电影市场继续高歌猛进，不断攀升。全年共生产故事影片618部，同比减少20部；全国年度票房296亿，距年票房300亿仅“一步之遥”。最终，本年度国产影片险胜进口大片，共取得票房收入162亿，占全年总票房的54.51%。

## 一、2014年度中国电影产业：格局与营销

作为“百亿时代”过后的第4个年头，2014年延续了2013年高票房的辉煌，从投资额度到导演创作，从营销方式到院线发展，中国电影在2014年都迈上了一个新台阶。

### （一）创作格局：青年导演、跨界导演、大导演

与以往的创作群体格局比较，本年度的电影创作群体类型丰富，取向多元，呈现出“多样共生”、“数代共生”的格局态势。其中既有蛰伏多年、蓄势而发的两岸三地的著名导演，更有新近崛起的极具商业潜力和票房号召力的青年导演和跨界导演。创作群体组成的多元性使本年度国产电影的创作内容呈现出丰富性和多样性的健康发展趋势，众多作品在类型创作、市场票房与观众口碑等方面都取得理想成绩。

2014年是两岸三地大导演集中爆发的一年，除正在积极筹备新片的陈凯歌和冯小刚外，张艺谋、陈可辛、许鞍华、杜琪峰、吴宇森、徐克、姜文、顾长卫等导演都在业界和学界的热切关注中推出自己的“数年磨一剑”的新作品。于五月中旬上映的《归来》，作为导演张艺谋的回归力作，颇受瞩目与期待；尽管该片由于多种原因在国际电影艺术奖项的竞争中屡有失利，但仍旧以良好的艺术水准和较高的关注度收获了近3亿的票房成绩。姜文潜心数年的《一步之遥》，呈现出了姜文作为作者、导演鲜明的个人风格和艺术追求，但也由于过于大胆的尝试和个人表达风格使观众在对作品的接受上出现了一定的障碍，作品的口碑反应和市场反响都远未达到各方的预期。顾长卫的新作《微爱之渐入佳境》则实现了顾长卫个人的又一次创作突破。影片讲述了一个微信时代都市青年追寻梦想、追求爱情的

“屌丝”逆袭的故事，对于都市爱情题材恰到好处的把握体现出导演能够驾轻就熟地掌控不同类型电影的深厚功力和勇于尝试的创新精神。

值得一提的是，本年度香港大导演同样集体发力，作品更是呈现出多元化和多样化的类型风格与导演风格。陈可辛继《中国合伙人》之后又一部取材于中国内地的现实主义作品《亲爱的》口碑尚佳，表现不俗，在竞争激烈的国庆档期取得了3.4亿的票房成绩；同期上映且同样备受关注的《黄金时代》作为一部众星云集、投资较高的“文艺大片”，却在电影市场惨遭“滑铁卢”，该片的大数据运作、创意营销和艺术水准也因此成为广受讨论和关注的热点话题；年末的吴宇森导演作品《太平轮（上）》同样以“名导、名演、名作”的姿态现身，但票房和口碑都远低于预期；满溢着徐克式想象力与创造力的《智取威虎山》则以出众的制作水准和创作者的诚意与新意成为了年末元旦贺岁档口碑与票房的双重赢家，这也是继魔幻大片后徐克开创的又一经典类型的创作新路径。

除了名导新作集中涌现之外，中国电影导演创作群体新力量的强势登场也引人注目。总的来看，本年度的导演新势力主要以跨界导演为主体，其作品大多在生产销售环节获得较高的关注度，并有着较为良好的市场表现，而其作品风格也呈现出互联网时代“去中心化”的娱乐氛围和杂糅性、拼贴性与碎片化的后现代叙事风格。

本年度推出作品的新生代导演主要可分为五类：一类是以郭敬明（《小时代》系列）、韩寒（《后会无期》）为代表的青年作家跨界导演；一类是以卢庚戌（《怒放之青春再见》）、崔健（《蓝色骨头》）为代表的歌手跨界导演；一类是以邓超（《分手大师》）为代表的青年演员跨界导演；一类是以俞白眉（《分手大师》）、田羽生（《前任攻略》）为代表的编剧跨界导演；一类是以路阳（《绣春刀》）、陈正道（《催眠大师》）、肖央（《老男孩之猛龙过江》）、陈思成（《北京爱情故事》）等为代表的“学院派”或已有创作经验的青年导演。

这些“导演新势力”无疑是在电影观念上全方位发生变化的一代新导演，并已经成为了影坛不容忽视且值得期待的一股重要力量。从创作理念上看，一众“80后”非职业导演作为“网生代”的青年人，并未束缚于传统的电影创作观念，其作品充分体现出互联网时代视听风格的表达方式。然而，从根本上看，尽管这一批导演的电影作品已经在数量上、票房上成为中国电影市场和创作上的新生力量，“但就叙事风格、艺术形态、文化价值等而言，却并没有形成一个统一的流派或艺术团体”，<sup>[1]</sup>其作品风格和作品引发的电影现象在消费文化和互联网精神的文化背景下仍呈现出强烈的个体性和偶然性。

总体上看，本年度的电影创作群体呈现出与时俱进、欣欣向荣、“数代共生”的良好局面。一方面，以第五代及其同时期两岸三地知名导演为代表的“老一代”创作群体依旧充满了创作的激情与活力，在追求个人艺术创作创新的同时始终保持与产业、市场和观众的互动和接轨，努力实现个人艺术创作与受众接受之间的平衡；另一方面，以跨界导演为重要力量的“新生代导演”迅速崛起，凭借自身的优势为产业的发展和创作注入新的活力，为媒介变革影响下的中国电影产业转型助力，同时引领着中国电影创作进入新的时代。

## （二）电影公司的资源整合：收购合并与拓展业务

本年度依旧是继2013年后又一电影产业融资上市的爆发之年，随着全国电影票房的大幅增长，影视行业的资本运作也在如火如荼进行着。行业内部，资源整合与产业链建设成为重中之重；行业之外，大量跨界企业的进入不但为电影行业注入了资本活力，更显示出改变电影行业产业格局的勃勃野心。

同电影创作团体新势力的崛起一样，电影产业融资方面也呈现出突出的“跨界性”。继阿里集团、北京旅游等成功试水影视行业之后，多家来自汽车、建材、矿产等行业的公司亦摩拳擦掌准备入局影视行业。而已经上市的影视公司，如业绩领先的华谊兄弟，也在大力发展传统业务的同时积极调整企业结构，努力拓展业务范围，“跨界试水”，积极布局游戏行业和互联网领域。

然而,跨界注资与业内整合往往机遇与危机并存,业绩上亦呈现出两极分化的态势。一方面,以阿里巴巴为代表的企业收获颇丰。2014年6月,阿里文化收购文化中国60%股份后成为第一大股东,以此为标志正式进入电影行业。阿里参与投资的《心花路放》和《亲爱的》分别以11.7亿与3.4亿的票房成绩席卷国庆档。此外,北京旅游亦参与投资的《同桌的你》和《心花路放》一并取得成功。另一方面,从客观上看,本年度的数十余起并购案看似热闹,但真正有良好业绩表现的公司仍在少数,而已经融资上市的老牌影视公司也在巩固行业地位的同时面临着来自多方面的挑战。

总的来看,2012—2014年电影产业收益的急剧增长与同期IPO停牌的矛盾导致了近两年来我国影视行企业上市和并购案的集中爆发,这其中既有制度因素的偶然,更有产业发展和行业需求的必然。目前,多层次、多手段的电影投融资市场初步建立,并正在逐步形成良好的循环。在产业政策的指导和资本的作用下,融合共生的产业结构基本格局得以确立,随着影视企业借助资金支持的不断发展和壮大,产业链亦正在逐步建立和完善。

### (三) 互联网与影视行业的互动:从内容生产到创意营销

2014年被称为“网生代”元年,随着以阿里为代表的互联网企业进入电影产业,在互联网与“网生代”的合力影响下,互联网、作为互联网受众的“网生代”及“互联网思维”从未如此快速而深入地渗透到整个电影行业的生产和制作中。而今,互联网不再仅仅是一个技术概念,而是一种思维方式和产业互动模式,“这是以互联网为纽带,把电影纳入整个互联网泛娱乐生态圈之中的、电影产业与大众消费市场的全向融合”。<sup>[2]</sup>互联网技术与互联网思维在电影生产的各个环节上都与影视行业全体形成了一个前所未有的全方位互动和狂欢。

从电影融资环节看,互联网打造的“受众融资”平台创造了一种崭新的观众互动参与模式。2014年春,“阿里巴巴”发布了“娱乐宝”平台,面向全体网民招募“参股”《小时代3》等影视项目,将受众从“消费者”转变为“投资者”,由被动接受转为主动参与,使受众的参与度大幅度提升;从内容制作环节看,大数据对内容生产的影响正在进一步深入。基于互联网的“互联网数据”或“大数据”的分析结果不再只用于宣传营销方面的策略订制,而开始进一步向市场的内容端回溯,开始影响到电影剧本、选角等多方面的选择,《小时代》等影片通过对大数据的分析进行“内容订制”取得的票房成绩,就是一个成功的案例;从电影宣传环节看,互联网的传播和聚拢效应为电影宣传提供了高效的平台。除前文提到的“娱乐宝”外,网络社区的社交功能和集群效应也有效地聚拢了相当数量的目标受众群,提高了电影宣传定点投放的宣传效率;从电影发行、销售环节看,发行方与票务网站的“网票业务”和“在线预售”模式,以宣传、销售一体化的思路,通过直达观众购票环节的促销手段,同时开展影片的宣传和销售。在《心花路放》与美团旗下的“猫眼电影”线上电影票销售模式成功后,淘宝电影借助“双十一”的促销季强势加入到在线预售的阵营中,《一步之遥》等多部电影的预售电影票于“双十一”当天一抢而空,同时“预售过亿”的火爆抢购也成为了电影宣传的有利卖点。

## 二、2014年度电影艺术:类型与美学

### (一) 类型电影的巩固与变化

相比2013年出现的中国电影类型生产的震荡和转型,2014年所呈现出的多元化和多样化的电影生态,展示出了中国电影的类型创作与生产在不断的学习和试错中逐步成长和发展的良好势头。不仅近两年风头正劲的都市、喜剧、爱情、青春等“轻电影”类型依旧表现抢眼,更有以《亲爱的》、《智取威虎山》、《西游记之大闹天宫》、《救火英雄》、《太平轮》等为代表的或聚焦社会问题和特殊群体、或书写革命爱情史诗情怀、或重塑传统文学经典、“红色经典”等一批内容丰富、题材多样、观念新颖的优秀作品。除此之外,一些作品对传统类型观念的突破性尝试也颇为引人注目,无论是反传统类型,



甚至是反传统电影观念的《爸爸去哪儿》的大卖,还是杂糅多种类型元素呈现出鲜明的导演个人创作风格和艺术追求的《一步之遥》,都成了2014年中国电影热门话题。然而,在如此繁荣、热闹的类型创作局面中,也存在着类型发展的失衡和不协调。除了国产科幻电影依旧在人们的热切期待中再度缺席外,近几年陷入发展困境的古装历史题材也没能实现有效突围。

### 1. 爱情、喜剧类型巩固:青春怀旧与“小姐电影”撑起“半边天”

2014年最为抢眼的中国电影类型当属爱情喜剧片,无论是主打“青春纪念”的校园爱情,还是主打时尚浪漫的都市爱情,或者主打女性情谊和个人成长的“小姐电影”,都在上一年度的爆发后继续保持着稳定的市场表现和强劲的增长势头。2014年中国电影票房前10名中,爱情喜剧类影片就收获了其中4个席位(从高到低依次是《分手大师》,《匆匆那年》,《小时代3:刺金时代》和《同桌的你》),此外,前10名中的票房冠军《心花路放》以及《后会无期》、《澳门风云》和《一步之遥》也都在相当程度上融合了喜剧与爱情的元素。可以说,中国类型电影创作中的喜剧与爱情类型(包括类型元素)取得了压倒性的胜利。当然,从类型建设的角度上看,爱情与喜剧类型中的青春电影与“小姐电影”,仍是发展最快、市场前景最好的两种亚类型。

以《同桌的你》、《匆匆那年》和《小时代》引领的“青春怀旧”风依旧在中国电影银幕上掀起一个又一个高潮。如果说2013年突然以迅猛之势席卷中国电影市场的“青春风”只是一个众多因素影响下的偶然和意外,那么2014年青春电影用票房成绩检验出的中国电影市场对此类型作品的期待和需求,证明青春电影的火爆不再是一个意外了。青春、校园题材文学作品(尤其是网络文学)天然地拥有极为强大的受众基础和优越的新媒体传播潜力。综合2013、2014两年间青春题材电影的发展情况,可以看到中国青春电影的类型生产和营销已经呈现出了一定的规律性。

首先是知名“IP”的改编倾向。随着中国文化产业的不断发展,对IP(Intellectual Property,知识产权)的综合开发也成了近年来文化产业,尤其是互联网、影视、游戏相关行业的主要发展方向之一。青春题材网络文学的IP改编更是直接滋养了中国青春电影的快速成长。2013年的《致我们终将逝去的青春》、《那些年我们追过的女孩》,2014年的《匆匆那年》、《小时代3:刺金时代》均改编自同名小说。不同于传统的文学改编,IP开发概念下的影视创作不但受惠于文学作品本身,更依托原著的创作团队、市场形象和受众基础进行从创作到宣发整个生产环节的综合运营。本年度,改编自高晓松原创歌曲的《同桌的你》就是一个著名IP综合生产的成功案例,影片不但借助家喻户晓的经典民谣《同桌的你》获得了极大的关注度,原IP的缔造者高晓松也亲自担任监制参与到作品生产中,在把控作品风格和宣传营销方面起到了重要作用。而《小时代3:刺金时代》和《匆匆那年》更是驾轻就熟地将《致青春》与《那些年》的运作方式发挥到了极致,两片分别横扫暑期档和年末新年贺岁档的票房成绩就是最好的证明。还有同样在暑期档有不俗表现的《老男孩猛龙过江》,也可以算是从微电影《老男孩》这一颇受关注的IP发展而来的大银幕作品。

除此之外,特色营销,尤其是“主题曲”营销成为了本年度青春电影生产的一大特色。明星主唱电影主题曲的新媒体传播,其影响力开始渐渐超过自《失恋33天》首创以来一直占据新媒体营销主战场的社交网络话题营销。胡夏翻唱版《同桌的你》(《同桌的你》)、筷子兄弟的《小苹果》(《老男孩猛龙过江》)、蔡依林《万花瞳》、吴亦凡翻唱版《时间煮雨》(《小时代3:刺金时代》)和王菲的《匆匆那年》(《匆匆那年》)都作为电影映前宣传的一大造势利器,成功地吸引了目标观众的注意力,让电影未播先火。

相比之下,本年度“小姐电影”的热度有所回落,但基本保持了数量和质量上的稳定,这也在一定程度上说明国产小姐电影作为一种本土化的引进类型,其类型创作与消费已经在数年的摸索和与观众的互动中形成了稳定的规律。另一方面,正是由于这种亚类型的成熟和稳定,也促进国产爱情喜剧

片创作恢复了多元与平衡。本年度,除了《闺蜜》、《我的早更女友》、《撒娇女人最好命》等小姐电影外,还有《北京爱情故事》、《单身男女2》、《微爱之渐入佳境》等关于爱情主题的多样化呈现同样获得了观众的青睐。

## 2. 多元类型的特色生产

除了爱情喜剧类型的高歌猛进,2014年中国电影的类型生产也呈现出了多元发展的良好态势,同时类型杂糅和反传统类型的大胆尝试也获得广泛的关注和出人意料的成绩。

以《心花路放》和《后会无期》为代表的公路题材影片成为了本年度堪称“黑马”的电影类型。继“人在囧途”系列取得成功,尤其是2012年《人在囧途之泰囧》缔造了12亿的票房神话后,《心花路放》和《后会无期》的成功再一次证明了国产公路类型电影,或者更准确地说,是此类影片的内容主题、叙事方式和明星形象的市场潜力。和小姐电影一样,作为新好莱坞电影类型代表之一的公路片是原产于美国战后社会文化的一种美国电影类型,而国产公路片,更多的只是借用了美国公路片“在路上”的故事背景和模式,其所探讨的文化议题和社会问题都已彻底本土化和中国化。国产公路片的创作,除了关注主人公在路上的反思与成长,在叙事和整体风格上更呈现出一种极强的荒诞性和拼贴性。无论是《心花路放》的猎艳之旅还是《后会无期》的冒险之旅,都是用沿途变幻迷人的风景和形形色色的路人书写下的一段段被蜿蜒无尽的公路串联起的散碎的旅行游记,创作者以一种荒诞的表达和自嘲的姿态去关照和抚慰那些同样辛苦地奔波在生活之路上的疲惫心灵。

另一种相对小众和低成本的类型——惊悚片在本年度的表现也颇为亮眼,无论是制作水平、传播效果、观众口碑和最终的票房成绩都呈现出了“大片气象”,其中,最为成功的当属《京城81号》和《催眠大师》。两部影片不但都有具有票房号召力和关注度的明星演员加盟,创作团队更是按照类型创作规律在剧本创作和美术造型上下足了功夫,这种自觉的类型观念和认真的创作态度也得到了观众的认可。

本年度电影类型创作的多元态势不仅体现在遵循类型创作规律的作品所取得的成功上,更体现在类型杂糅的《一步之遥》和反传统类型观念的《爸爸去哪儿》这样的突破性尝试中。作为姜文继《让子弹飞》后又一大制作,《一步之遥》比《让子弹飞》更体现出了姜文作为一名作者导演独特的创作风格和艺术追求上的勃勃野心。影片杂糅了歌舞、喜剧、黑色、悬疑等多种类型和讽刺、戏仿、夸张等多种手法,姜文的创作团队用3亿巨资打造了一场长达140分钟的无与伦比的视听盛宴。然而,类型杂糅所呈现出的天马行空的想象力和过于庞大复杂的内容冲淡甚至破坏了叙事的完整和流畅,难以定位的类型和难以消化的信息量极大地影响了观众对影片的欣赏和接受,最终使得影片的口碑和市场表现都远远没有达到预期。与之形成鲜明对比的是另一部非传统类型,甚至是被质疑能不能称为是传统意义上的电影的《爸爸去哪儿》。这样一部源自综艺节目IP的作品,与其说是电视节目的大电影,不如说是在电影院大银幕放映的综艺节目特集。这样一部同样难以定位的作品不但没有陷入《一步之遥》一样的窘境,反而在竞争对手强劲的春节档斩获了高达7亿元的票房成绩。综艺节目积聚的人气和合家欢的轻松氛围正迎合了春节档的消费需求,尽管没有一般意义上的“电影”水准的制作,但观众想看、观众爱看就足以成为作品成功的保证。《爸爸去哪儿》所取得的出人意料的成功,不但从另一个角度证明了面向观众的内容生产的重要性,更是一个促使包括从业者和学者在内的电影人重新反思电影创作观念和生产的契机。

## 3. 古装题材与经典重造

2014年古装历史题材依旧没有可圈可点的大片力作出现,曾经一度带领中国电影在“好莱坞”的凶猛来袭中成功突围的古装历史大片近年来正逐步陷入创作的寒冬。但是,本年度的相关类型创作却出现了一个转向,即将“古装”和“历史”两种类型分别从古装历史题材拆分出来。古装片方面,更多的是借用古代的时代背景讲述脱离历史时空的虚构性故事,如《西游记之大闹天宫》、《白发魔女传

之明月天国》、《四大名捕大结局》和《绣春刀》等；除此之外，更有翻拍自红色经典的《智取威虎山》。

古装魔幻题材方面，本年度虽没有能比肩“画皮系列”和“狄仁杰系列”的魔幻大片，但古装题材的作品或多或少都带有传奇魔幻的元素。年度票房榜眼《西游记之大闹天宫》改编自中国古典神魔小说代表作《西游记》，影片的全明星阵容、毫无接受难度的经典故事以及数字技术支持下呈现出的视听奇观成为了该片睥睨春节档的制胜法宝。《白发魔女传之明月天国》和《四大名捕大结局》均改编自同名文学作品，明星效应和奇幻故事也是这两部作品在暑期档取得尚佳的票房成绩的重要原因。同时，令人惊喜的，在古装题材方面，学院派青年导演路阳的作品《绣春刀》扛起了古装历史题材现实主义的大旗。《绣春刀》的创作团队有着清醒而自觉的类型创作意识，同时在一个中国式漫画风格的武侠动作片中注入了现实主义因素，使作品呈现出了既飘逸又写实的独特的类型风格，也为国产古装片的创作提供了新的方向和思路。

历史题材方面，吴宇森导演数年磨一剑的历史题材史诗大片《太平轮（上）》可谓本年度最受期待和瞩目的历史题材作品之一。然而，作为历史题材灾难史诗系列作品的《太平轮（上）》完全没有呈现出人们期待中的宏大格局和史诗气度，影片将国共内战的宏大历史消解在了拼图式的多段爱情故事中，甚至在视听语言和美术造型方面也是突出了浪漫主义的风格，而没有呈现出历史和历史题材应有的质感和氛围。

然而，接档《太平轮（上）》的《智取威虎山》作为一部改编自“红色经典”的翻拍影片则充分体现了创作者的诚意和新意。徐克版《智取威虎山》保留和提炼了样板戏原作的主要内容和故事精华，运用类型化的创作经验，增强了故事的可看性和视听效果的观赏性，个性鲜明的人物形象、紧张刺激的故事情节、幽默自如的叙述风格和热血沸腾的战斗场面无疑让徐克版《智取威虎山》成为了徐克个人创作史和中国电影史上的又一个经典。

## （二）艺术电影的现实境遇

2014 也称得上是中国艺术电影在院线银幕上的“丰收之年”，不但上映影片的总体质量较高，而且上映总场次和票房成绩也令人瞩目。无论是作为名导“归来”之作的《归来》、《黄金时代》，还是擒得电影节大奖或以候选人身份备受瞩目的《白日焰火》、《推拿》、《夜莺》，亦或是艺术家的跨界作品《蓝色骨头》，都突破了以往国产艺术电影狭窄的传播领域和讨论范围，在面向更广大主流观众的商业放映平台取得了更为广泛的关注和肯定。

事实上，“艺术电影”作为一个与“商业电影”相抗衡和对立的概念，其命名和应用更多地是为了表达电影创作者坚持艺术追求和个人表达的态度，以及作为艺术工作者不仅仅以博取市场利益为目的而进行电影创作的责任感与使命感。因此，艺术电影的命名和界定天然地具有一种与电影产业或以商业为导向的主流放映平台相抗争的姿态。然而，不可否认的是，电影的商业性与艺术性都是电影与生俱来的天然属性，是电影无法割裂的一体两面，积极地面对市场与观众并不意味着对电影艺术品质的舍弃，相反，相当一部分优秀的电影作品能够在二者之间找到一种巧妙的平衡和和谐，用富有个性和意味的艺术形式将作品的丰富意蕴有效地传达给观众。如果我们继续沿用“艺术电影”这样一个称谓的话，那么可以说，2014 年中国艺术电影已经开始自发地在电影的艺术表达和商业诉求间寻找这种巧妙的平衡，并获得了相当的成功。艺术电影的类型化创作结合丰富新颖的视听表现手法，为观众打开了通往全新的电影视听体验与艺术欣赏世界的大门，也让以往与商业化的电影运作“格格不入”的艺术电影用新的方式和姿态重新迎来了又一个春天。

### 1. 艺术表达与类型创作融合的尝试

在艺术成就和市场表现方面，本年度最令人瞩目的国产艺术电影当属《白日焰火》。同时获得柏林



电影节最佳影片金熊奖和最佳男演员银熊奖两座奖杯的《白日焰火》，不但毫无疑问地成为了本年度能够代表中国电影艺术创作水准的标志性影片之一，更以其融类型化创作与艺术表达于一身的尝试成为了中国电影创作平衡艺术追求与商业诉求的一次成功的突破。创作者一方面坚持了风格化和艺术化的影像气质和富有深度的人物塑造与人性表达，另一方面，创作者又有着清醒的类型化意识，影片以侦破电影为底色，杂糅了包括心理、悬疑、侦探推理、警匪、情色、黑色等多种类型或亚类型电影风格及元素。影片融合了生活化、纪实性风格与表现性艺术电影的风格，同时，又为观众提供了体验心理冒险、消费奇观、获得替代性假想满足、享受独特的视听体验的机会，从而实现了作者电影的个人表达与商业电影的大众性和观赏性之间的平衡。

《白日焰火》的成功一定程度上展示了当下中国电影创作路径的多种可能性与中国电影市场的包容性。艺术创作与商业诉求并不一定是非此即彼的对立形态，坚持艺术创作并非等同于扼杀观众的参与与移情从而拒绝与观众沟通，实现商业诉求也并不意味着需要放弃电影作为艺术品在展示艺术技法与表达思想内涵方面的追求。作为一部艺术影片，《白日焰火》以现实主义手法切入了复杂幽暗的人性深处进行剖析和挖掘，并用娴熟的视听手法进行了风格化的艺术呈现；作为一部类型电影，《白日焰火》杂糅了以黑色电影为主的多种商业电影类型并进行了本土化改造，类型化叙事的丰富性和复杂性也在人物塑造与人物关系建构的过程中呈现出强大的叙事张力，成功地抓住了观众的注意力和好奇心。《白日焰火》在类型创作、艺术表达和商业化市场运作方面的经验都对中国电影生产有着重要的借鉴价值和启示意义。

## 2. 社会关怀与个人表达

对于社会问题的关注和复杂人性的展现一直是艺术电影的重要主题和主要表达的内容，同时，艺术电影的创作者们也在不断追求用个性化、多样化的视听语言和叙事手法去呈现与众不同的视听形象和时空体验。本年度的国产艺术电影也同样展现了中国电影人在社会关怀和电影作者的个人表达方面的思考和创新。

作为“北上”香港导演陈可辛继《中国合伙人》之后的又一以中国大陆当下社会问题为题材的电影作品，改编自真实新闻事件的《亲爱的》将目光聚焦在了与“打拐”相关的特殊群体中的小人物身上。影片不仅探讨了伦理与法制、人与社会的宏大命题，更是从“打拐”事件切入到了对人际冲突与人性矛盾的思考。影片用平民化的叙事视角真诚悲悯地展现了丢失孩子给这些家庭带来的深重的创伤及其所引发的人与人之间的矛盾和伦理困境。创作者不但通过真诚的态度和娴熟的技术出色地完成了对如此富有挑战性和创作难度的题材的把握，作品所展现出的人性关怀、人文情怀和人道主义立场更加难能可贵。

斩获金马奖6项大奖的《推拿》将目光聚焦到了盲人按摩师这样的特殊群体。导演娄烨综合运用了多种电影艺术手法展现了盲人群体特殊的视听感知体验与复杂纠缠的内心世界。《推拿》运用独特的影像风格别出心裁地模拟了盲人的视角，用大量摇晃的手持摄影、粗糙有颗粒感的镜头质感、明暗对比强烈的灯光效果、极端逼近的特写景别和精心设计的声画关系，在增强模拟盲人视角的现实感的同时增加了电影的表现性风格。影片将巨大的叙事信息量融汇在了独特的影像风格中，展示出了影片作者独特的个人风格和艺术追求，以及对于人性与社会的深沉思考。

同《推拿》一样，摇滚音乐家崔健作为跨界导演的首部作品《蓝色骨头》也呈现出了作者鲜明的个人风格和与众不同的艺术观念与追求。相较于《亲爱的》和《推拿》的社会反思，《蓝色骨头》更偏向于个人情怀的表达。影片运用了大量带有荒诞色彩的风格化的美术设计和剪辑手法，将两代人的故事拼贴在交错穿插的时空之中，和着崔健风格的电影音乐和杜可风风格的电影影像，《蓝色骨头》用超乎寻常的大胆手法完了一次专属于崔健个人的“电影行为艺术”。

### 3. “文艺大片”与历史记忆的回溯

在一般的观念中,所谓的艺术影片由于其相对独立于市场运作之外的性质而经常被认为是小投入、小制作的晦涩难懂的地下电影。客观地讲,相比于需要靠大场面、大明星、大制作创造视听奇观来吸引观众的主流商业电影(尤其是商业大片),艺术电影的资金投入和制作规模的确不能与之同日而语。不可否认的是,相当一部分艺术影片由于资金投入和制作规模的限制,其创作空间和艺术水准也在一定程度上受到了限制。然而,艺术影片受制于制作规模的困境在近年得到了一定的改善,尤其是2014年,以《归来》和《黄金时代》为代表的“文艺大片”的出现,一方面体现出知名导演宝刀不老的不竭创作力,另一方面更反映了艺术电影的创作与商业运作相接轨的趋势。此外,这两部名导坐镇、制作精良、投资巨大的“文艺大片”也不约而同地将目光转向了特殊的历史记忆,通过对特殊历史时期颠沛浮沉的个人历史的书写,表达了作者坚持不渝的艺术理想与人文情怀。

《归来》既是张艺谋个人艺术创作的“归来”,也是中国电影知识分子意识形态的“归来”。《归来》整部作品都呈现出了一种“极简”的艺术风格。导演在对严歌苓的小说原作《陆犯焉识》进行压缩和提取的基础上,运用朴实精致的影像风格,依靠两位堪称表演艺术家的演员细腻而富有张力的精彩表演,含蓄深沉地呈现了残酷的历史语境下感人至深的真情温暖以及作者通过浪漫诗意的视听语言表达出的苍凉悲悯的知识分子情怀与反思。

《黄金时代》堪称本年度最富实验精神和“大片气象”的艺术电影之作。一方面,导演和编剧极具艺术表达的创新意识和探索精神,大胆地运用了带有间离效果的表现手法,试图通过纪录片式的多视角叙事还原一个真实的萧红和以萧红为代表的一众文学家们乱世中的“黄金时代”;另一方面,制作方对影片市场回馈的期待也毫不逊色于艺术创作上的野心。除了接近商业大片制作水平的高昂投资和强大的全明星演出阵容,《黄金时代》的宣发团队更是用达到、甚至超过一般商业电影的宣传力度和多样化传播手段为影片宣传造势。尽管受制于内容题材、影片时长、表现手法等多种因素,《黄金时代》的市场表现远未达到预期,但影片所呈现出的创作者的艺术理想与人文情怀,以及创作团队努力将艺术创作与商业运作相结合的积极尝试,都让《黄金时代》成为了2014年中国电影创作中值得一书的重要一笔。

## 三、遗憾与展望:科幻电影——再度缺席,再度期待

在2014年度票房前10名的进口片中,有9部是科幻类型或涉及科幻题材的影片,共收获近70亿的票房,几乎占据当年票房的四分之一。作为国产类型电影长期缺席的一块,科幻电影一直是好莱坞电影在国内吸纳票房的重型武器,也是好莱坞通行全世界的一张金字招牌。

当下,文化对于一个国家在当今世界中的综合竞争力起到至关重要的作用。科幻电影看似不“接地气”,与现实没有毫无联系,但在科幻电影里,却常常凸显出诸如人的本质、人与环境、人性等等重要的能够为全球电影观众所理解的重要命题、价值观念。由此,在整个叙事中,传统的英雄叙事模式被转喻和重构成一位为了人类命运奋斗的救世主英雄的救赎冒险。在这种情况下,“科幻”已然借助科学的外衣构建起新的叙事寓言,并依靠西方符号、西方思想的植入使“科幻”类型越来越包含一种历史哲学的合法化的强大文化传播能力。

与好莱坞相比,中国电影类型中独缺科幻类型,因为科幻电影的基础大致是建立在科学观念与技术理性的基础上,需要相当的科学基本素养来完成对未来的想像。另外,科幻电影还在一定程度上与科幻小说的发展有着紧密的联系。就国内来说,则存在以魔幻为特色的人鬼神古装类型电影。这类影片虽然在故事上妇孺皆知,但就其自身的文化隐喻来说,是带有强烈的社会现实批判感情,尤其注重对人间正义、公平缺失的表述。因此,其预设的价值立场往往不容易处理好,需要电影创作者在排除



怪力乱神的基础上，对社会状况作出恰当合理的阐释。

科幻电影作为好莱坞电影中的特色电影类型，近年来一直占据着大银幕的主体地位，亦成为好莱坞全球电影战略对外输出的核心力量。相较而言，在我国，虽然近年涌现出不少带有魔幻色彩的影片，但科幻电影一直是我们的软肋。去年的《地心引力》和今年的《异体》、《星际穿越》让我们更加感慨中国科幻电影的缺失和美国科幻大片的强大吸金力。

科幻电影是人反观自身的关照，对未来可能发生的各种危机和人类生存危机的预警。也许中国目前很难出现硬科幻的电影，比如像《星际穿越》这般涉及人类生存意识、宗教精神、科学与工具理性反思等话题的影片。相反，“软科幻”、“局部科幻电影”是否可以通过涉及一些情节模式、思想主题甚至超级器物等来完成？另外，在美国式的科幻电影出现之前，中国式的奇幻、魔幻电影是否可以弥补电影科幻类型缺失的窘境，比如前几年的《画皮2》、《狄仁杰之神都龙王》等影片，它们源自民间文化、民间鬼怪的传说，虽然没有多少科学精神，但具有充沛的想象力和玄秘神奇的色彩。它们的票房成功颇为令人鼓舞。

2015 已经到来，太阳每天都是新的！端着挑剔，留下不满，带着期待，我们凝望未来。我们期待中国电影越来越好，无论是工业、票房，还是品质、艺术、类型，还有电影观众。

#### 参考文献：

- [1] 陈旭光. 猜想与辨析——网络媒介文化背景下的“中国电影新力量”[J]. 当代电影, 2014 (11): 11-16.
- [2] 姜申. 多元化创作思维与电影产业环境变迁 [J]. 当代电影, 2014 (12): 22-26.