

新时代中国电影的“工业美学”：阐释与建构

陈旭光

摘要：在近年票房增长的繁华表象背后不无隐忧。迎向中国电影的新时代，我们应该居安思危。“电影工业美学”这一命题，是对当下电影产业的现状与问题，电影的诸多特征和若干本性的综合性思考和观念悬拟，也表现在近年新力量导演的电影生产实践中。电影工业美学的体系建构涉及电影文本、电影技术与电影运作机制等几个方面。它要求既尊重电影的艺术性要求、文化品格基准，也尊重电影技术水准和运作上的“工业性”要求，彰显“理性至上原则”，在电影生产过程中弱化感性的、私人的、自我的体验，取而代之的是理性的、标准化的、协同的、规范化的工作方式，力图达成电影的商业性和艺术性之间的统筹协调、张力平衡而追求美学的统一。

关键词：新时代；中国电影；质量提升；产业升级；工业美学

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）

中图分类号：J901 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2018）01-0018-05

难忘的2017年刚刚过去！这一年，中国影视产业的发展风云变化，起起伏伏，充满不确定性，但总体而言精彩不断，惊喜连连。2017年中国电影票房已经冲破500亿元大关，总票房达到559.11亿，其中《战狼2》“孤篇盖全唐”，单片就达到56.83亿。^①另有13部影片票房超5亿，6部影片票房超10亿。而中国国内的银幕数已经超5万块，也已经赶超美国，成为世界最大的票仓。

2018年的开局更是让人振奋，《芳华》《妖猫传》《无问西东》（甚至口碑平平但票房爆款的《前任3》）等的票房成绩和全民热议关注现象都令人欣喜。但毋庸讳言，在票房增长的繁华表象背后也不无隐忧。迎向中国电影的新时代，我们更应该居安思危。

作为学术界居安思危、深度思考问诊中国电影产业之举，2017年12月15日下午，第十五期北京大学人文论坛在北京大学红三楼均斋博物馆举办了“迎向中国电影新时代——产业升级和工业美学建构”高层论坛。论坛由北京大学艺术学院、北京大学人文学部、中国电影评论学会、北京大学影视研究中心共同主办。与会专家学者、业界从业者、管理者济济一堂，碰撞思想、分享观点、交流经验，共同探讨中国电影质量提升、产业升级、工业美学建构以及加强影视专门人才教育的体制机制等重要命题，取得了诸多共识。笔者也在会上作了主题发言。承蒙《浙江传媒学院学报》开设专栏，集中分期刊发会议文章，笔者对发言内容进行了深入、扩充与修改，最后定稿为此文。

—

实际上，2017年来，“质量提升”“产业升级”“工业品质”“机制保障”等话题已经成为业界关注热议的焦点话题。大家都意识到，中国电影的发展还需要一个成熟完善的工业体制来进行强有力的支撑，需要中国电影工业的“升级换代”。而通过这几个关键术语，我们可以发现中国电影产业晴雨表似

① 笔者曾在《中国新主流电影大片：阐释与建构——以〈战狼2〉等为例》一文（载于《艺术百家》2017年第6期）统计过《战狼2》成绩如下：上映4个小时过亿，25小时过3亿，46小时过5亿，85小时电影票房突破10亿（破周星驰《美人鱼》上映92小时破10亿的速度）；8月6日单日票房4.2亿，成为第一部也是唯一一部春节档外单日票房破3亿的国产电影，仅次于《速度与激情8》4.8亿单日票房最高纪录；上映13天破原由《美人鱼》奠定的34亿；单片票房到9月2日时已经接近55亿元，单片观影人次突破1.4亿；超越《奇异博士》票房（6.77亿美元票房，折合人民币为44.22亿元），成功进入全球电影史票房排行前100名。这也是亚洲电影首次入席，并且是前100名里唯一的一部非好莱坞电影；成为全球单一市场单片票房第三名（排在《星球大战：原力觉醒》与《阿凡达》之后）。

的变迁。

第一个关键词是“质量提升”。2017年初召开的全国新闻出版广播影视工作会议，对2017年的新闻出版广播影视工作提出明确目标要求，明确2017年为“电影质量促进年”，对国产影片的质量提出了更高的要求。因为电影产业虽欣欣向荣，不断刷新各种记录，但电影作品鱼龙混杂，泥沙俱下，内容质量尤其成问题。有些影片还存在低俗、恶俗、伦理混乱等问题。

第二个关键词是“电影新常态”。2017年票房增幅明显放缓，甚至出现疲软之态，电影界只好以“新常态”来“自我安慰”。

第三个关键词是“产业升级”“工业品质”。2017年《战狼2》热映之后，“电影工业”“重工业电影”“电影工业的升级换代”“电影工业美学”等名词术语一时“洛阳纸贵”，也成为了第26届金鸡百花电影节学术论坛等学术会议的重要主题之一。这些术语成为热词与中国电影长期疲软后《战狼2》逆势拯救、一枝独秀有关系。《战狼2》现象一出，电影界一时颇为兴奋。大家都认为《战狼2》是近年真正具有工业级水准的主流电影大片，是“重工业电影”，特别盛赞《战狼2》开头那个一镜到底，在海底斗海盗的工业化程度很高的长镜头。在中国电影界诸多小成本品质粗糙低劣电影给观众太多强烈不满之时，《战狼2》给人以强烈的视听震撼力，而这种视听震撼力是吴京等人不惜财力、借助技术精心诚意做出来的。

虽然大多数论者主要是从《战狼2》作为大投资、高概念电影大片在投资、视效、场面、道具、特效技术上的精益求精、不惜重金方面立论的，但笔者更偏重去思考《战狼2》在整个运作的完整产业链方面的规范化、制度化、机制性方面是否符合“电影工业美学”特性等问题。笔者对过于强调《战狼2》的技术层面上的工业性有不同看法。电影虽然是工业，其发展与技术的发展密切相关。但正如张宏森先生在第三届“电影新力量”论坛上借用美国著名导演卡梅隆的话对青年导演的告诫：“我希望人们遗忘技术，就像你在电影院看到的不是银幕而是影像一样，一切技术的目的都是让它本身消失不见。”^①笔者以为，“产业升级”“工业品质”成为热点，除了《战狼2》的视听效果给人的强烈震撼力之外，归根到底，是电影界希望出现更多的《战狼2》或者说同样创造票房奇迹的《战狼3》，甚至《战狼4》的心态所决定的。当然这一心态与现象都可以理解。但面对中国电影新时代，我们更有必要回答如何“质量提升”，如何保障实施“质量提升”的机制、制度，回到“新常态”以后如何打造电影工业等问题——而这个“工业”并不主要是技术层面的要素，而主要是电影作为工业的生产运行机制。

第四个关键词是“电影工业美学”。“电影工业美学”这个术语实际上是笔者个人多年来关注中国电影产业与创作所形成的一个思考。笔者在提交2017年金鸡百花电影节中国电影论坛的论文是《中国导演新力量与电影工业美学原则的崛起》，^②张卫先生在与笔者及赵卫防先生的三人对话中亦提及笔者的这一想法。张卫说，《战狼2》票房大卖之后，“电影界提高电影创作质量的呼声一直很高——如若想要整体提高中国电影的质量，除了每一个创作者都心怀诚意进行创作且不粗制滥造外，还应该从电影产业升级话语转变的角度去考虑这些问题，这样才能真正提升民族电影的整体质量。前一段时间，陈旭光老师曾在某会议的发言中对电影工业美学提出了比较系统的设想，并对电影工业的升级与电影质量的关系发表了自己的看法，我认为创作者个人的态度和整个电影工业的升级之间的联系也有探讨的必要。”^①后来笔者再次以《新时代、新力量、新美学——当下“新力量”导演群体及其“工业美学”建构》^②为题从“工业美学”的角度对中国的“新力量”导演群体的身份、观念、美学、创作、生产等进行了深度阐释。

工业美学或电影工业美学，是针对电影这一复杂对象的一种思考和观念悬拟。法国电影理论家马塞尔·马尔丹早就说过，“电影是一项企业，也是一门艺术。是一门艺术，也是一种语言。是一种语言，也是一种存在。”^③因此，笔者经常反思——对于电影这一非常特殊的，既有艺术品质、艺术价值的基本要求，又有工业生产特性和商业化属性的复杂的艺术或产业，我们该怎么去面对？怎么去真正提升？无论是“产业升级”还是“质量提升”，电影观念的变革都不能脱离时代、社会文化的现实语

① 见《中国电影报》2017年11月27日。

② 此文后改名为《电影工业美学原则与创作实现》（陈旭光、张立娜），发表于《电影艺术》2018年第1期。

境。对于中国当下独特的“新时代”“中国特色社会主义”语境，片面地只谈艺术或许是“饱汉不知饿汉饥”，太不食人间烟火了，也是对电影的产业特点和工业本性的逃避；而片面地追求票房乃至票房至上，甚至把电影当作资本投机的项目进行所谓的“运作”，则又是媚俗欺世，做金钱或市场的奴隶了。因此，在电影的艺术性/商业性、艺术创作/工业生产等系列二元对立性矛盾中，笔者提出“电影工业美学”这个观念，试图解决这些似乎很难解决的矛盾。

“电影工业美学”这一命题，是对当下电影产业的现状与问题，电影的诸多特征和若干本性的综合性思考。它不单单针对电影生产过程或产业链的某一个方面某一个环节，而是涉及电影的方方面面。这个观念可以建构一个观念体系，可以而且应该是一个复杂多元的体系性构架。

二

笔者认为，“工业美学”体系的建构从具体而言，至少应该包括如下几个主要方面。

第一，侧重于文本、剧本，也就是内容层面。电影是叙述的艺术，要讲好中国故事。这里面的叙述既有类型化的、商业化的叙述，也有艺术电影、主流电影的叙述。近年来，艺术电影也在发生变化，似乎在向类型化靠拢。我们很难再用单纯艺术电影的观念来衡量。还有各种类型杂糅的、类型融合的新主流电影，无论小片还是大片，都需要讲好中国故事。另外，在电影叙述中，传统文化如何表达和转化？传统文化如何现代化？都要在内容这个层面上很好地完成。比如，如何做好“剧本为王”“内容为王”“创意为王”？如何实施“剧本医生”制度？如何在电影拍摄之前的创意、筹备、编剧阶段就做得非常精准完备？

第二，侧重于技术、工业层面。电影是视听艺术，需要视听的震撼力，电影语言要符合受众的视听生理习惯，满足视听欲望，符合当下越来越年轻化的年轻观众的接受心理。但是技术就是一切吗？电影仅仅强调视听、技术等所谓工业品质就够了吗？笔者一直在反思《战狼2》这样的现象：它实际上是可遇不可求的。《战狼2》中，吴京集编、导、演以及部分的投资人、制作人于一体，这样生成的票房成功其实具有电影内外的复杂原因，甚至国际国内的偶然性。它不具有一种可复制性，一种可持续发展性。在笔者看来，一部电影《战狼2》56亿票房的巨大成功并不可乐。我们在一种工业化的规范之下，经过细致的推算、严格科学的风险评估，比如按观众、市场、制片等方面的推算，各个层面、环节都经精密、规范的工业化检测以后，哪怕算出来《战狼2》只有十来亿票房，实际也是十来亿票房，都是正常的。对于中国电影产业生态来说，一部《战狼2》50多亿票房的成功不如五六部十来亿中大投资电影的成功更有助于生态的和谐合理，更值得我们欢欣鼓舞。出品发行方之一的北京文化对《战狼2》的保底发行就是8亿。这个8亿是他们算出来的，在这个基数上，如果《战狼2》能达到10—15亿都是正常的，但50多亿的票房则绝对是可遇不可求的。

第三，侧重于电影的运作、管理、生产机制的层面。中国电影产业除了“重工业大片”，还有大量的中小成本类型电影。它们不一定是重工业，但是它们的运作机制、体制仍然要按“工业化”运行。笔者曾论述并“呼唤”过“制片人中心制”。^①所谓“制片人中心制”，顾名思义，就是制片人（Producer）居于电影生产体系中的重要位置，承担至为关键的角色，发挥核心功能，其主要工作是制片管理（Producing）。而中国电影制片管理机制很长时间不以制片人中心，而往往以导演为中心。关于第五代、第四代、第六代导演的划分，所谓的“亿元导演俱乐部”、“四大导”（张艺谋、陈凯歌、冯小刚、姜文或陆川）等说法，其隐含着的深层观念明显是以导演为中心的。而“制片人中心制”不论是在市场定位、投资把握，还是在演员选择、拍摄流程方面，都以制片人“唯马首是瞻”，制片人才是真正的中心。制片人一方面尊重市场、受众，一方面为投资人负责，还要制约导演，避免导演逞才使气，花钱无度。制片人应该既懂艺术也懂得经营，清醒冷静、规范行事，就像是一种职业经理人。

笔者试图建构这样一种工业美学原则：既尊重电影的艺术性要求、文化品格基准，也尊重电影技术上的要求和运作上的工业性要求，彰显理性至上。在电影生产过程中弱化感性的、私人的、自我的体

^① 参见《走向一种“制片人中心制”与“创意制片管理”理念——从〈画皮2〉谈中国电影制片管理的观念转型与机制变革》，《艺术评论》2012年第9期；《试论中国电影的制片管理：观念转型与机制变革》，《当代电影》2014年第1期。

验，取而代之的是理性的、标准化的、协同的、规范化的工作方式，力图寻求电影的商业性和艺术性之间的统筹协调、张力平衡而追求美学的统一。相应的，就导演的维度而言，电影工业美学原则建构还需要导演具有“体制内的作者”的身份意识，导演应该在统一规范中寻找自己有限的个性。

毋庸讳言，中国电影还需面对中国特有的民族文化禁忌、社会现实与主流意识形态等方面的要求。“电影工业美学”就是希望打造一种中和的、平均的、大众的美。著名美学家宗白华先生曾提出“常人”的概念。他认为，“所谓‘常人’，是指那天真朴素，没有受过艺术教育 with 理论，却也没有文艺上如何主义及学说的成见的普通人。他们是古今一切文艺的最广大的读者和观众。文艺创作家往往虽看不起他们，但他自己的作品之能传布与保存还靠着无名的大众。常人的立场又不等于‘外行’，它只是一种天真的、自然的、朴质的、健康的，并不一定浅薄的对于文艺鉴赏的口味与态度。”^[4]在笔者看来，具有大众文化品性，主要属于大众文化的电影的观众就是这种“常人”，电影主要是给“常人”看的，而不是给一小部分先锋性艺术家、艺术电影爱好者、“影迷”们看的。我们要有对“常人”观众的敬畏和尊重。

三

“电影工业美学”观念体系还可做如下几方面的拓展。

第一，电影工业美学的一个内在观念是把电影视作工业、产业或曰文化创意产业，而且视作是最重要最主要的文化创意产业之一，是一种“核心性文化创意产业”。的确，电影产业从前期研发的故事创意、剧本策划开始，到导演介入剧本、组团选角、拍摄制作、宣发、传播流通、消费、后产品开发，整条产业链都符合文化创意产业的特点。其中，“创意为王”“知识产权”至上、产业链开放这几条最为重要，而且都能满足人们的精神文化娱乐消费需求，且与高科技密切相关。当代大电影产业，还具有产业集群开发的特点，成为一种可以带动大量相关文化产业，可以实施“全产业链开发”的“核心性”创意产业。电影除了具有票房价值，它更能创造无法以票房衡量的符号价值、软实力、影响力、国家文化形象价值等。

第二，“工业美学”观念体现在电影评价标准上，无疑是一种开放、立体的标准。首先，除题中应有之义的“技术美学标准”或工业标准、工业品质之外，“作为与科技发展密切相关，主要诉诸于受众的视听觉的电影，其技术应该合格，效果应该逼真，要有视听冲击力；电影作为一种新艺术，它有它的新美学即新的技术美学标准。因为它跟科技发展直接相关，其技术呈现要符合视听享受的一些基本要求和习惯。”^①此外，还有一个也许更为重要的问题是在电影的全产业链生产中遵循规范化的工业流程化、制度化的问题，即“制片或票房的标准”。因为，“票房一定程度上代表了观众的接受度、共鸣度。电影作为一种文化工业，应该要有投资与产出的考量，我们既不能唯票房，也不能完全不顾票房，更要考虑可持续发展。票房的多寡、制片的考量（投资与票房）也应该成为评价电影的一个重要维度。”^[5]

第三，电影工业美学与影视专业教育问题。“电影工业美学”除了产业观念，还有一个重要内容是针对“制片人中心制”的自觉服从。五年前，肖怀德在北大艺术学院跟笔者做的博士论文就是《中美制片制度比较研究》，有对美国大制片厂的制片制度、管理机制、创意生产等的深入研究，有对中国电影《画皮2》从制片角度的深入分析。制片人中心制甚至应该未雨绸缪，落实到我们当下的影视专业教育体制。笔者一直认为导演不是学校培养的，因为导演是可遇不可求的，导演需要历练、经验和人生高度。现在越来越多的青年导演不是科班出身。但优秀的制片人能不能培养？答案是能。华谊总经理

① 笔者曾在《电影批评：瞩望一种开放多元的评价标准体系》（《中国文艺评论》2016年第8期）提出过一个电影艺术评价标准的多元体系问题。“技术美学标准”和“制片或票房标准”分列第五、第六条。前面四条标准分别是：“第一是艺术美学标准：即叙事、画面、镜头、语言、形式、风格、故事、想象力、艺术品格等的保障。第二是现实美学标准，叙事、故事要有现实的依据和逻辑，但不排除想象力、超验的、假定性极强的电影。第三是文化深度的标准，是否“接地气”，是否代表时代主流，是否折射隐喻时代文化精神等等。第四是大众文化性标准。电影应该为大众所喜闻乐见，适度的娱乐、喜剧搞笑风格和世俗化取向都是允许的。”

叶宁先生在谈到中国电影产业的问题时最后落到影视教育的问题。他通过对自己影视实战经验的总结,对我们的影视教育提出了很多中肯的建议。电影工业美学的建构因为新力量导演的努力和潜力,前景不可限量。只有这样的规范化的体制机制建设好了,中国电影才有可能不依靠不可预期的“偶然”“现象”而实现良性化可持续发展。

第四,电影工业美学在新力量导演中已有大量实践。“新世纪以来,中国电影在电影观念、市场规模、产业链条、技术、营销等方面都发生了巨变,也涌现出了大批无论在票房还是口碑上都有亮眼表现的‘新力量’导演。他们虽然表现各不相同,但是生存语境是一样的。他们所历练、实践和完成的‘观念’变革也有着极大的共性。面对新业态和新语境,新导演们在电影观念和电影实践上的共同特点是遵循某种‘工业美学’原则:秉承电影产业观念,类型生产原则,游走于电影工业生产的体制之内,最大程度地平衡电影的‘艺术性’和‘商业性’,体制性与作者性等关系,追求电影美学效益和经济效益的统一。”^[6]实际上,上述关于“工业美学”的思考主要就是以新力量导演为研究对象的,或者说,“电影工业美学”也是对“新力量导演”观念、美学、创作等综合性特点的一种总结概括。新力量导演群体是自觉践行电影工业美学原则的一代,主要进行类型电影的生产,即使做艺术电影也有商业诉求和商业气质。他们和愤世嫉俗、个体反抗、自甘于边缘的第六代导演已经有天壤之别。

第五,电影工业美学的美学渊源。从美学渊源上来看,工业美学是美学的一个分支。美学发展到20世纪,实用的美更为被需求和强调。20世纪初的包豪斯学派就讲究实用,要求设计必须遵循自然与客观的法则来进行,力倡现代设计由理想主义走向现实主义,即用理性的、科学的思想来代替艺术上的自我表现和浪漫主义;提倡以功能、技术和经济为主的建筑观,强调功能与结构的效能;把建筑美学同建筑的目的性、材料性能和建筑方式联系起来。这是一种讲求实用的美、合理的美、生活化的美。也是美学上“审美的日常生活化”或“日常生活的审美化”趋势之先导。这种美在与工业发展、技术发展、大众文化传播关系最密切的电影中体现最为明显。电影是在欧洲发明然后中心移到美国去的大众文化、大众文化工业。美国人的保守主义立场和实用主义态度大大催生和强化了电影工业美学。好莱坞在这方面可谓做到了极致。

四、结 语

当然,笔者在这里阐释、强调、悬拟、建构、提倡“电影工业美学”,并不是要完全抹杀导演的个性,只是要求导演诚意服从于“制片人中心制”,不惧于“戴着镣铐跳舞”,“在限制中求自由”,做好“体制内的导演”。在笔者看来,与以前的导演不一样,现在的导演不得不面临着三种“生存”:一种是“技术化生存”,要懂技术能操作;一种是“产业化生存”,要尊重市场,尊重投资人,甚至粗通投资和经营(当然不绝对);第三是“网络化生存”,要懂得网络层面的宣传运作甚至具备基本的创作的网络化思维。毫无疑问,面对当下电影产业结构尚不完善、电影生产机制尚不健全的现状,中国电影产业发展仍有待于全面优化和“升级”。我们所期待的“电影工业美学”,应该既在电影生产的领域遵循规范的工业流程化和社会体制、道德伦理的要求,又力图兼顾电影创作艺术品质、文化精神的保障,进而推动中国电影产业的新发展。这是迎向新时代的中国电影人践行、追求的高远目标和共同使命!

参考文献:

- [1] 张卫,陈旭光,赵卫防.以质量为本 促产业升级[J].当代电影,2017(12).
- [2] 陈旭光.新时代、新力量、新美学——当下“新力量”导演群体及其“工业美学”建构[J].当代电影,2018(1).
- [3] [法] 马塞尔·马尔丹.电影语言[M].何振淦译.北京:中国电影出版社,1992:2.
- [4] 宗白华.艺境[M].北京:北京大学出版社,1987:167.
- [5] 陈旭光.电影批评:瞩望一种开放多元的评价标准体系[J].中国文艺评论,2016(8).
- [6] 陈旭光,张立娜.电影工业美学原则与创作实现[J].电影艺术,2018(1).