2015 中国电影艺术报告

THE REPORT ON CHINESE FILM ART

中国电影家协会理论评论委员会·编

世界图书出版公司
北京·广州·上海·西安

图书在版编目（CIP）数据

2015 中国电影艺术报告 / 中国电影家协会理论评论委员会编 . —北京：世界图书出版公司北京公司，2015.3

ISBN 978-7-5100-9495-8

Ⅰ . ① 2… Ⅱ . ①中… Ⅲ . ①电影 – 研究报告 – 中国 – 2015 Ⅳ . ① J905.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 053865 号

2015 中国电影艺术报告

编　　者：中国电影家协会理论评论委员会
策划编辑：陈俞蒨　姜　贞
责任编辑：郭意飘　余　希　陈俞蒨

出　　版：世界图书出版公司北京公司
发　　行：世界图书出版公司北京公司
（地址：北京市朝内大街 137 号　邮编：100010　电话：010-64038355）
销　　售：各地新华书店
印　　刷：北京新华印刷有限公司

开　　本：700 mm × 1000 mm　1/16
印　　张：10.5
字　　数：230 千
版　　次：2015 年 5 月第 1 版　　2015 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5100-9495-8　　**定价：**48.00 元

版权所有　翻印必究

（如发现印装质量问题，请与本公司联系调换）

《2015 中国电影艺术报告》
编辑委员会

主　任　康健民

副主任　许柏林　饶曙光　胡子光

编　委（以姓氏笔画为序）

丁亚平　王一川　尹　鸿　石　川　刘浩东　杨远婴　张　民
陆绍阳　陈旭光　陈晓云　陈廖宇　范志忠　周　星　赵宁宇
俞　晓　宫　林　贾磊磊　章　明　梁　明

主　编　尹　鸿　陆绍阳　刘浩东

统　稿　戴莹莹

撰稿人

第一章	2014 年度中国电影创作备忘	尹　鸿　梁君健
第二章	2014 年度中国电影导演艺术分析	章　明
第三章	2014 年度中国电影剧作艺术分析	张　民
第四章	2014 年度中国电影表演艺术分析	赵宁宇
第五章	2014 年度中国电影摄影艺术分析	梁　明　匡晓彤
第六章	2014 年度中国电影美术分析	宫　林　黄宇婕
第七章	2014 年度中国电影声音艺术分析	俞　晓　陈　苏
第八章	2014 年度中国动画电影艺术分析	陈廖宇
第九章	2014 年度中国电影海外反响与评价	王笑楠
附录一	2014 中国电影年度大事	杨欣茹
附录二	2014 年度电影艺术文章索引	杨欣茹

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

中国电影家协会理论评论委员会
第二届理事名单

会　长　尹　鸿　陆绍阳

副会长（以姓氏笔画为序）

丁亚平　王一川　石　川　刘浩东　陈晓云　杨远婴
范志忠　周　星　贾磊磊

顾　问　黄会林　黄式宪　朱小鸥　周　斌　王志敏　陈犀禾

秘书长　刘浩东（兼）

副秘书长　王　丹

理事委员（以姓氏笔画为序）

万传法　王海洲　王　群　王宜文　王笑楠　支菲娜
左　衡　厉震林　叶新代　田卉群　叶　航　吕益都
朱玉卿　刘　军　刘　辉　刘　帆　刘汉文　许　乐
孙琳琳　李道新　李亦中　李　彬　李　相　李　镇
李　洋　李春利　杨　林　杨天东　吴冠平　沙　丹
宋展翎　张　民　张慧瑜　张　燕　张　昱　张文燕
张　卫　张阿利　张晋锋　陈旭光　陈　咏　陈　航
陈廖宇　周　夏　周黎明　郑欢欢　单万里　房留祥
孟　中　赵宁宇　赵卫防　胡谱忠　俞　晓　宫　林
骆　晋　聂　伟　索亚斌　徐　辉　徐　健　唐宏峰
黄海坤　梅雪风　盛艳虹　崔　辰　盘　剑　梁　明
章　明　黄　琳　彭　侃　董　阳　韩松落　虞　昕
詹庆生　赛　人　谭　政　潘若简

目 录

Contents

第一章　2014 年度中国电影创作备忘 ……001

概　述 ……001

一、“草根逆袭”的网生代电影 ……002

二、电影技术美学的创新 ……006

三、“中国特色”的类型电影探索 ……009

四、大市场背景下的电影多样化 ……014

结　语 ……019

第二章　2014 年度中国电影导演艺术分析 ……023

一、正剧 / 艺术片 ……024

二、类型片——青春、爱情 ……028

三、类型片——惊悚（恐怖）、悬疑 ……030

四、类型片——警匪、黑帮 ……032

五、类型片——动作武侠 ……033

六、类型片——喜剧 ……035

第三章　2014 年度中国电影剧作艺术分析 ……039
一、历史现实人性 ……039
二、青春时尚爱情 ……042
三、惊悚恐怖悬疑 ……044
四、犯罪动作武侠 ……045
五、动画综艺弹幕 ……047

第四章　2014 年度中国电影表演艺术分析 ……049
一、传统表演：在沉重的樯桅上摇荡 ……050
二、艺术电影：攫住不放的根是什么 ……052
三、现实主义：恐惧在一把泥土里 ……055
四、喜闹剧：轻快的波浪 ……057
五、爱情电影：新鲜的空气波动 ……058

第五章　2014 年度中国电影摄影艺术分析 ……061
一、历史大片——成熟大气的影像寓言 ……063
二、浪漫爱情片——华丽与纪实的两极分化 ……069
三、跨界电影——非电影思维下的影像世界 ……073
结　语 ……078

第六章　2014 年度中国电影美术分析 ……079
一、3D 大片空间呈现视觉奇观 ……079
二、 实景电影美术触摸生活质感 ……082
三、港式豪情尽展独特造型美学 ……086
四、影戏传统观念延展舞台空间 ……088
结　语 ……091

第七章　2014 年度中国电影声音艺术分析 ……093
一、心灵的旅程——《后会无期》 ……093
二、苦难的延续——《归来》 ……096
三、嵌入式的表述——《黄金时代》 ……098
四、无望的等待——《触不可及》 ……101
五、恍惚若现——《催眠大师》 ……102
六、刀光掠影——《绣春刀》 ……104
七、别样的爱恋——《白日焰火》 ……105
八、现实的处境——《亲爱的》 ……106
结　语 ……108

第八章　2014 年度中国动画电影艺术分析 ……109
一、市场看好动画电影 ……109
二、可贵的坚持 ……110
三、定位与类型的突破 ……115
四、难以完成的兼容 ……120
结　语 ……123

第九章　2014 年度中国电影海外反响与评价 ……125
一、商业电影：海外发行渠道拓宽 ……125
二、艺术电影：获得大奖，取得突破 ……129
三、文化交流活动：积极“请进来”，促进“走出去” ……134

附录一　2014 中国电影年度大事 ……139
附录二　2014 年度电影艺术文章索引 ……149

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

第一章

2014年度中国电影创作备忘

概　述

承继十多年来电影产业的改革成果，2014年中国电影票房市场继续保持着30%以上的高速增长，“看电影”不仅成为大城市的消费习惯，而且也成为大量中小城市的广大观众的经常性文化消费。与大众日益增长的电影消费需求同步，国产电影的文化多样性更加丰富，既有关注现实民生社会问题的《亲爱的》，也有重现历史场景和事件的《太平轮（上）》；既有资深导演严谨创作的《归来》，也有青年导演演绎的类型作品《绣春刀》；既有用微观个体表现时代氛围的《黄金时代》，也有国家宏大叙事的《天河》；既有都市情感喜剧《分手大师》《心花路放》，也有青年成长故事《后会无期》《小时代3：刺金时代》；既有3D商业大制作《智取威虎山》《一步之遥》，也有中低成本制作的《白日焰火》《老男孩之猛龙过江》，甚至还有将电视节目电影化的《爸爸去哪儿》，外国著名导演参与合作拍摄的《夜莺》，等等。虽然陈凯歌和冯小刚两大“巨头”缺席，但张艺谋、顾长卫等第五代导演，与姜文、王小帅、张扬等所谓的第六代导演，以及宁浩、张一白、俞白眉，甚至更年轻的路阳、韩寒、郭敬明等所谓的新生代、“网生代”导演多代同堂，共同为本年度的中国电影描绘出一幅多姿多彩的画卷，满足着不同观众对于电影的不同需要。而这一年，电影创作最引人注目的现象之一，则是互联网企业全面进入电影行业，互联网用户、互联网IP（Intellectual Property，知识产权）、互联网营销、互联网那种草根、碎片、网状黏合的特点，为中国电影创作带来了深刻影响，以至于不少电影人直呼“看不懂”当下中国的电影观众和电影创作走向。电影似乎正在开启一个互联网时代的新纪元。

一、“草根逆袭”的网生代电影

1. 互联网与“网生代”

互联网在中国已飞速发展20年，如今互联网上流行的游戏、网络文学、微电影等元素纷纷进入电影，在互联网上活跃的人物开始参与电影制作，以百度、阿里巴巴、腾讯（所谓的“BAT”）为代表的互联网公司也开始通过对用户资源的调用来运作电影。更重要的是，伴随互联网长大的年轻人成为电影的主力受众，使这一年的中国电影越来越鲜明地体现出所谓的“互联网”气质。不仅出现了类似《后会无期》《小时代3：刺金时代》这类动辄票房数亿的“粉丝电影”，而且像《老男孩之猛龙过江》《分手大师》《心花路放》《匆匆那年》等影片，其叙事的碎片化、台词的网络化、场景的戏谑性、审美的简陋性、价值观的大众“草根性”等，一方面体现出这些电影与网民的亲近与贴近，以及其迎合网民审美的意图，另一方面也引发了人们对这些电影某些伦理虚无主义、美学粗鄙化倾向的质疑。在热捧与质疑中，互联网与电影的结合形势也愈加普遍与多样。肖央、韩寒、郭敬明、九夜茴等借助网络而具备号召力的各领域名人则纷纷进入大电影领域。互联网影视企业、互联网创意题材、互联网上涌现的影视人才、互联网用户转化成的电影观众，这些元素的涌现与叠加使2014年成为中国电影名副其实的“网生代元年”。互联网不可阻挡地改变着当下中国电影的气质。

这一语境在电影市场和电影文化等方面的强大影响力，集中体现在电影“网生代”这一概念的突然流行。[①] “网生代”是对当前电影创作和生产现象的观察而产生的概念。《老男孩之猛龙过江》是一个标志性事件，它是从网络电影转化为大电影，而且是由网络主创人员来担任其电影主创。传统的代际概念主要是时间角度的概念，往往来自创作者，主要是以电影导演的年龄和从业时间为划分依据，从第一代到第五代、第六代都来自于这种分类角度。但“网生代”更是一个空间角度的概念，是代表着对不同网络媒介使用而出现的一代。它不仅是电影创作概念，同时也是电影观众概念，它将创作者与观众联系在一起。与第五代、第六代电影导演不同，网生

① 参见尹鸿、朱辉龙、王旭东、朱晓敏，《“网生代”电影与互联网》，《当代电影》2014年第11期。

代电影人是从网络的土壤中生长起来的一代。同时，在互联网环境中成长起来的这一代用户也逐渐变成了电影观众的主力军，他们往往让“网生代”电影创造出意想不到的票房成绩，甚至改写了中国电影档期。长期以来，中国电影每年的黄金档期是贺岁档，但是在 2013 年，贺岁档第一次出现降幅，2014 年则进一步地延续了这一态势。暑期和农历新年成为中国电影票房收入的高峰期，大中小学生在假期里成为观影主力。

2. 国产电影的网络气质

新一代观众大多数是从小生活在互联网环境下的 14 岁到 24 岁的年轻人。在互联网环境的影响下，主流观众群体完成代际交接，必将会给电影品质和电影文化带来重要影响。

首先，叙事转向非线性、非缝合的叙事串联或者叙事拼盘。《小时代 3：刺金时代》就是一组一组时尚秀的拼接，《后会无期》看起来似乎是一部公路类型片，其实仅仅是用公路串联起来的一个一个小故事。一些明星参与编导的电影，如《分手大师》等也受到了网络叙事的影响变得更加片段化。虽然这种叙事策略与经典的电影艺术渐行渐远，但正是这种非线性的叙事方式，让文本变得更加开放、更加自由。观众，或者更确切地说，用户的参与度更高。最终，这些影片在互联网上得到的互动也比传统电影更加丰富，并通过互动积累口碑，进而反过来促进了这些影片的票房产出和网络影响力。根据美国 2012 年的一项研究表明，“数字原生代”（Digital Native，即伴随数字和移动通讯技术发展成长起来的一代）平均每小时会在不同的媒介平台（包括电视、印刷媒体、平板电脑、智能手机等）间转换 27 次之多，几乎每 2 分钟就会切换一次平台。这种对时间的极度分割正在改变着用户消费媒介的习惯，他们正越来越习惯于接受碎片化的内容。而“网生代”电影正是在这样一种新的媒介环境中诞生的，它们最能迎合的也恰恰是伴随着这一媒介环境成长起来的年轻一代观众。他们已经可以很好地理解跨媒介改编作品中的省略、互文、戏仿抑或延伸，用自己的想象力将跳跃的角色和不连贯的情节拼接起来，连缀成完整的故事，并热衷于在社交网络分享自己的理解。

“网生代”电影创作的第二个特点是电影界面与观众更加亲和了。对于二三线城市和一些成长于电视文化中的“网生代”观众来说，当他们走进影院的时候，他们对叙事的完整性和制作的精致性方面的要求相对不高，电影创作的专业难度降低

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

了，这也是2014年网络红人能够参与电影制作核心环节的重要原因。相比之下，产业化之后的第一个十年期间，几乎所有的高票房国产电影都是高投入、大制作，电影的影像强度和叙事张力成为这些电影的核心追求。但是最近几年，尤其是2013—2014年，这些传统的高概念国产电影的票房成绩并不理想，宣发团队甚至难以估计当下的电影观众是否认可这些电影。传统贺岁档期的整体缩水和2014年底《一步之遥》遭遇滑铁卢，就是传统电影观念衰微的重要体现。相反，具有“网生代”创作特点的影片更亲民、更草根，不需要特别高的制作要求，却更容易与互联网培养起来的观众达成共鸣。“网生代”电影的电影特性被弱化了，互联网特性得到强化。以前的电影导演可能还是在为自己拍电影，而“网生代”导演则首先是为用户拍电影。“用户至上”是“网生代”电影的核心创作观念，为此，电影的各种规则都可以打破。当然，这也许是暂时现象，当互联网元素充分融入电影文化之后，观众仍然会对电影发展提出特殊的媒介诉求。

“网生代”电影的第三个特点是电影的娱乐性得到高度强化。“网生代”观众都比较年轻，中国互联网的核心用户为10到24岁，他们也成为当前中国最主要的电影观众群体。年轻化的用户群有两大特点。首先，这一群体正处在社会化过程的关键阶段，受到各方面社会规制的压抑比较多，往往处在所谓的青春反叛期，娱乐宣泄的需求比一般成年人要更加突出。为了满足这代观众的需求，“网生代”电影往往会最大限度地去满足他们的宣泄和娱乐需要。与此同时，年轻人还有着强烈的心理认同诉求。在社会化过程中，由于受到外界压力较多，青少年往往有着强烈的孤独感，特别是和成年人世界的隔绝感，因此有比较明显的认同需求、伙伴需求。这也是青年人喜欢偶像，容易变成“粉丝”的内在原因。通过偶像为中介，借助碎片化的电影叙事在网络中充分互动，可以帮助青年群体达成心理认同，以逃避孤独，进而寻求共鸣。“粉丝电影”的出现，很大程度上正是这一代人寻求认同的产物。因而，虽然按照过去的文本经验来看，某些“粉丝电影”艺术品质不高，但这种评判忽略了“粉丝”们在互联网环境下与之共同成长的情感价值，以“小时代”系列为代表的这些电影为相当部分的年轻群体创造了一种想象的共同体。[①]

① 参见安晓芬、赵海城、尹鸿，《网络时代电影的生产与传播》，《当代电影》2014年第9期。

3.“软电影”大行其道

如果仅仅从票房反映来看，这一年可以说是那些具备互联网气质的“软电影”大行其道的一年。宏大题材、尖锐主题，甚至硬派动作类型似乎都被边缘化了。喜剧、轻喜剧、浪漫故事相比那些大导演的大制作得到了更多的观众认可。《心花路放》《分手大师》《后会无期》《匆匆那年》《小时代 3：刺金时代》《老男孩之猛龙过江》等，虽然大多为中低成本制作，主创人员也比较年轻，但这些作品都创造了数亿甚至近 10 亿的电影票房，甚至超过不少分账发行的好莱坞大片。

这些作品在价值观上更草根性、更平民化，表现的都是城市里普通人的爱情遭遇、人生困境，他们身上所体现的对社会、对精英、对文化的疏离态度容易得到普通青年观众的认同。同时，这些作品在艺术风格上更自然、更接地气，直面现实尴尬，不故弄玄虚，不去过多设计叙事复杂性和视听语言的奇观性，有时甚至显得过于平铺直叙，制作简单得近似于电视剧，但是它们却因为与生活的“接近性”、台词的生活化、场景的现实感更容易让观众获得“软”性共鸣。

“网生代”流行、软电影当道、大制作普遍遭遇票房滑铁卢的现实，反映了当下中国电影文化浓厚的“草根化”倾向，甚至有人用一个不雅词汇“屌丝化”来形容这种文化现象。这一方面是因为互联网的普及在很大程度上给予了更多普通人表达文化权力的机会，而这些机会又因为市场的力量而夺取了过去文化精英手中的话语掌控权；另一方面也因为电影市场最近几年向中小城市普及，其所带来的整体观众在收入水平、受教育程度、年龄层次、性别结构、社会地位等各方面相比过去集中在大城市白领阶层的不同变化，使得更多的非大城市观众具有了更大的市场决定权。在如今社会转型、经济调整、城镇一体化的过程中，电影文化出现了向下沉淀、向草根靠近的趋势，更加自觉地成为小城青年某种生活情绪的宣泄和调整渠道。

不论是老一代导演所遭遇到的口碑窘境，还是中青年导演在“软电影”上的或成功或偏差的探索，都与当下整个电影行业所处的互联网语境息息相关。随着大数据、粉丝、社交化等因素对电影的影响越来越深入，电影如何在满足大众的文化消费需求的同时，防止过度迎合所带来的娱乐无度、伦理无度的偏向，使电影坚守基本的文化底线，这正在成为对电影文化未来发展的新考验。

二、电影技术美学的创新

1.《智取威虎山》与 3D 技术美学的发展

虽然中国观众对电影的制作水平和技术美学的要求还远远没有达到普遍自觉的程度，但从全球市场来看，3D 技术的应用，正在对电影美学和电影观影体验带来越来越显著的影响。在美国票房最高的 30 部电影中，超过 20 部是 3D 电影，3D 电影几乎成为好莱坞大制作商业电影的标配。[①]

3D 电影纵向的场面调度、多层的空间设计，让电影有了更强烈的现场感、卷入感和逼真感，成为影院区别于其他观影渠道的重要标志。近年来，好莱坞在 3D 市场上可以说鲜有竞争对手，过去一年国产片在好莱坞技术美学的压力下，虽然爱情、喜剧、怀旧更容易成为票房关键词，但《智取威虎山》《太平轮（上）》《一步之遥》《触不可及》以及一些 3D 动画电影，也努力在技术上与国际电影潮流同步，不仅为国产电影在技术美学上提供大胆探索，也在为国产电影培养新美学体验的观众。

从香港北上多年的徐克一直是高新影视制作技术的践行者，他对视觉奇观的强烈爱好从上世纪的《新龙门客栈》《倩女幽魂》等武侠神怪作品中就得到了充分释放。在两岸三地的电影观众心中，徐克的电影不一定是水准最高的艺术品，但通常是最精彩炫目的视觉盛宴。近年来，徐克以 3D 技术为契机，继续进行视听奇观技术探索，《狄仁杰之通天帝国》和《龙门飞甲》都成为当年电影制作领域的标志性作品，网上热传的徐克手绘电影分镜头故事板也强化了这位导演“视觉先锋”的身份。2014 年年底，上映前颇受质疑的 3D 影片《智取威虎山》，口碑和票房双双完成逆袭，成为缺少惊喜的岁末电影市场中唯一超出预期的国产影片。

《智取威虎山》从当代纽约的一场 KTV 聚会开场，韩庚饰演的姜磊偶然在电视上看到京剧《打虎上山》的段落，这个年轻人踏上了重温祖辈传奇的旅程。从故事情节上看，除小栓子、青莲等支线人物的加入外，影片整体上遵循了京剧版的故事框架，甚至一些经典台词，如杨子荣上山后的几段核心对白甚至一字不差。题材和

① 参见美国电影协会公布（MPAA）“2013 Theatrical Market Statistics”。

情节与原著勾连的做法为影片创造了互文本效果，徐克也得以在一个成熟的故事基础上，把精力投入到自己最感兴趣也是最擅长的技术支持下的视觉呈现。

影片的核心场景是三场战斗：开始时的火车站遭遇战，中部的夹皮沟保卫战，以及高潮阶段的夜袭威虎山。从创作经历来看，徐克本来擅长冷兵器动作戏，《智取威虎山》是他第一次拍摄战争场面，他认为“这个电影里的战斗情节自由度比较大，还是比较演义式的，不是很正规的战争”，因此“可以有空间去设计一些比较特殊的可能性”[①]。最终，在电影的三段战斗场面中，观众看到的不仅仅是枪响人倒的常规调度，而且有大量滞留时间呈现的手榴弹爆炸、纵向穿梭的子弹视角等充满视觉悬念的奇观效果。从视觉技术出发的思维方式和创作路径，让这部影片的战争场景丝毫不弱于擅长现代战争题材的吴宇森。吴宇森的《太平轮（上）》史诗式地重现了辽沈战役的宏大场面，但《智取威虎山》中的“小打小闹”在趣味和生动性上更加能够为观众所接受。

徐克在人物形象和空间两个方面的视觉设计将当代电影感赋予了《智取威虎山》这个红色经典故事当中。杨子荣、座山雕乃至八大金刚的人物视觉形象和服饰道具细节均十分出彩，在注重人物性格的同时让观众耳目一新。虽然八大金刚的戏剧性格相对模糊，但每个角色在视觉上都被赋予了识别性极强的特征，如老二的黄色呢子军装，老四的满脸横肉，老五的钢盔和霰弹枪，老六的披头散发和飞刀，都给观众留下了深刻的视觉印象。在空间设计方面，影片给威虎山加入了日军遗留下来的军火库的内容设置，从逻辑上确保了高潮戏份里电影战斗场面的精彩。在后制 3D 已经成熟的情况下，徐克仍然坚持主要场景 3D 实拍，在大雪封山的季节克服制片困难前往东北长时间作业，确保了画面细节的栩栩如生。一场打虎上山，从动作的设计到老虎形象的 3D 展示，都再次确认了徐克在影视技术方面的领先地位。

从口碑和票房上看，徐克着力使用电影新技术重塑红色经典获得了成功。高新影视制作技术让《智取威虎山》延续了徐克电影“视觉盛宴”的特征，掩盖了叙事本身的某些断裂和不足。《智取威虎山》意味着徐克在动作悬疑片领域正在与以好莱坞为代表的世界一流制作水准正面对话。在中国电影风格整体偏“轻”偏“软”、不得不“以小博大”的背景下，《智取威虎山》代表了当下中国电影在工业水准和技术美学方面的成就和努力。

---

① 参见风易，《当红色经典遇到武侠老怪：独家专访〈智取威虎山〉导演徐克》，时光网，http://news.mtime.com/2014/12/20/1535482-all.html#p8。

相比而言，姜文的《一步之遥》，虽然也是3D制作，但过于零碎的蒙太奇剪辑、过于快速的镜头节奏，却在很大程度上破坏了3D美学的现场体验感，不仅没有能够充分体现出3D电影的体验优势，反而造成观影者的视觉眩晕和体验混乱。特别是演唱会一段，完全是传统2D电影的镜头运动和剪辑方式，显示出技术与美学之间的不协调。吴宇森具有史诗野心的《太平轮（上）》，在战争场面氛围的营造上以及城市、港口的场景呈现上，体现出3D电影立体纵深的空间魅力，但是缺乏视觉引导和带入视角，观众更多地只是在“观看”一个立体空间，而不是被“卷入”一个立体世界。3D世界失去了对观众的深度影响，显得似乎是可有可无的点缀，缺乏足够的叙事魅力和冲击。此外，《京城81号》《触不可及》在3D的制作方面，应该说相比前些年也都有了整体进步，一些场面场景的设计能够给观众创造出身临其境的立体体验，扩大了中国电影的技术魅力。

2. 4K对电影创作的艺术影响

电影制作水准对国产电影美学的影响，不仅体现在容易被观众立刻感知的3D场面的营造上，而且还体现在“润物细无声”的画面质感和人物情绪方面，从而在潜意识中影响观众对特定电影故事的代入和体认。所以，相比于显而易见的3D技术，4K放映系统的高清影像对人物心理细节和环境氛围的渲染都起到了重要作用，尤其是在画面细节的丰富性上，已经达到和超越了传统胶片的宽容度，这种技术优势同样被若干追求艺术真实和人物情感表达的导演成功地运用到自己的创作中。

《黄金时代》虽然没有多少大场面，但在4K技术支撑下，服化道和美术等工种均对环境进行了细腻建构，画面呈现方面也刻意地营造了时代氛围，影像的细腻、逼真为观众创造了一个可以被细腻地感知到的“黄金时代”。张艺谋的《归来》则被片方称为中国第一部4K电影。导演从前一段过度商业化、消费化的炫耀美学道路回归到艺术家对艺术、对心灵的尊重，不再执着于用铺排的方式去捕获观众的感官，而是试图用审美的方式从细节和质感的角度，通过视觉的丰富性征服观众的情感。4K技术不仅让张艺谋把镜头给予了环境的精细刻画，而且更多地给予了人物的近景和特写，在秋毫毕现中，陈道明和巩俐的表演层次丰富，情感逼真，观众可以体验到人物内心最细腻的悸动和转折，增加了电影的艺术精细度。

这些得益于4K技术而更加细致入微的画面，与徐克等导演营造出的目不暇接的3D视觉奇观，都同样体现出国产电影不断提升的电影制作水准。虽然这些影片技术

美学上的优势在当下未必能够完全被观众认可，但它们却为中国电影迎接好莱坞技术美学的挑战积累了经验，开拓了道路。

三、“中国特色”的类型电影探索

1. 更自觉的电影类型意识

商业类型片，如同快餐一样，是整个电影市场的“快消品”，其对于培养观众的观影兴趣和习惯，满足观众的常规观影需求，创造直接的观影娱乐快感，支撑电影市场的格局具有重要价值。中国长期缺乏类型电影创作的传统和经验，被观众所认可的好莱坞式的类型电影创作模式又因为受到中国政治文化国情、电影工业水平、东方文化习惯等制约，难以完全移植和借鉴。因而，中国商业电影一直在探索适合中国国情的类型电影模式。但总体来看，往往创作稳定性不足、模式难以重复、观众预期无法建构，类型创作长期处在不中不西，类型性、写实性、作者性混杂的状态之中，影响了中国电影创作的产品化、大众性和通俗性。

在本轮电影产业化改革初期，中国电影的商业类型片基本集中于两大类型，第一类是高成本的古装武打动作片，如《英雄》《夜宴》《赤壁》《叶问》和《剑雨》等，虽然这一类型曾经创造了不俗的票房成绩，但由于作品数量众多、相互模仿，导致艺术雷同并逐渐遭遇创新瓶颈，最近几年可以说影响力每况愈下。

2014 年，不论是票房成功、口碑惨败的《白发魔女传之明月天国》，还是口碑成功、票房失利的新锐导演之作《绣春刀》，抑或是票房口碑均不理想的《四大名捕大结局》，都似乎是这一类型的回光返照。第二类影片则是中低成本的喜剧，包括冯小刚的贺岁喜剧，以及《十全九美》《爱情呼叫转移》《疯狂的石头》《失恋 33 天》《武林外传》《人再囧途之泰囧》，等等。虽然这一类型在 2014 年仍然大行其道，并与“网生代”观众产生了成功的化学反应，但从类型片本身看，喜剧片在视听特征上具有更大的随意性和开放性，并非强模式类型，电影品质往往也难以得到保障。

在中国国情下，灾难、科幻、神幻、战争等硬派类型电影在 2014 年仍然没有突出收获，但中国电影类型创作的类型意识在这一年还是出现了值得重视的探索，一些主流电影类型在这一年的中国电影创作中都出现了比较成型的作品。例如，以《京

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com