

华语



陈旭光
等著

创作、营销与文化



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

华语 电影 大片

陈旭光
等著

创作、营销与文化



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

华语电影大片：创作、营销与文化/陈旭光等著. —北京：北京大学出版社，2014.9
(培文·电影)

ISBN 978-7-301-24464-7

I. ①华… II. ①陈… III. ①电影评论—中国 IV. ①J905.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 147957 号

书 名：华语电影大片：创作、营销与文化

著作责任者：陈旭光 等著

责任编辑：姜 贞

标准书号：ISBN 978-7-301-24464-7/J·0600

出版发行：北京大学出版社

地 址：北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址：<http://www.pup.cn> 新浪官方微博：@北京大学出版社 @培文图书

电子信箱：zpup@pup.cn

电 话：邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750883 出版部 62754962

印 刷 者：三河市国新印装有限公司

经 销 者：新华书店

660 毫米 × 960 毫米 16 开本 23.75 印张 315 千字

2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

定 价：48.00 元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究

举报电话：010-62752024 电子信箱：fd@pup.pku.edu.cn

目 录

国家广电总局2010年度社科研究重点立项项目成果

一、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

二、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

三、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

四、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

五、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

六、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

七、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

八、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

九、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

十、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

十一、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

十二、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

十三、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

十四、《中国电视文化发展史》 王 强 著 中国电视出版社 2010年12月出版

目 录

导 论 华语电影大片：概念、发展历程与类型演变 _001

第一章 华语电影大片的叙事 _028

第一节 华语电影大片的叙事发展与流变 _029

第二节 华语电影大片叙事分析：人物 _038

第三节 华语电影大片叙事分析：情节 _052

第四节 华语电影大片叙事分析：结构 _065

第五节 华语电影大片叙事的策略建言 _077

第二章 华语电影大片的营销 _082

第一节 华语电影大片营销的经济学特性 _083

第二节 华语电影大片营销的发展阶段 _087

第三节 华语电影大片营销参照：好莱坞电影营销与国产中小成本电影营销 _129

第四节 华语电影大片营销的制约因素及对策 _139

第五节 华语电影大片“营销学”的构建 _151

第三章 华语电影大片的文化 _157

第一节 存续与开拓：华语电影大片中的传统文化 _157

第二节 交融与共生：华语电影大片中的香港文化 _178

第三节 影响与焦虑：华语电影大片中的外来文化 _207

第四节 本土与国际：华语电影大片的文化策略 _238

第四章 华语电影大片的个案研究 _256

第一节 《集结号》：双重的突破与“庶民的胜利” _256

第二节 《孔子》：一种“主流文化商业大片”的价值选择与国家形象塑造 _264

第三节 《建国大业》：“创意”制胜与“国家形象”的重建 _272

第四节 《赵氏孤儿》：叙事与哲理的龃龉或“因意害辞” _283

第五节 《十月围城》：合拍片的国族话语和想象 _292

第六节 《鸿门宴传奇》：“去史诗化”、叙事断裂及古装动作大片的转型 _301

第七节 《一九四二》：影像中国的力量与探寻“历史真实”的人文良知 _308

第八节 《狄仁杰之神都龙王》：中国电影的魔幻大片时代 _320

结 语 华语电影大片的影响、问题与发展前景 _329

附 录 华语电影大片的海外营销 _343

参考文献 _364

后 记 _369

导 论 >>>

华语电影大片：概念、发展历程与类型演变

一、“大片”与华语电影大片

1. “大片”及华语电影大片的起源、概念及分类

“大片”的产生及相应概念的形成，可以追溯到20世纪70年代中期的好莱坞电影。电影反垄断法的实施、电视业的繁荣对电影造成了极大的挑战，为应对危机，宽银幕、立体声等全新技术与美学观念在好莱坞兴起，20世纪五六十年代出现的《宾虚》《音乐之声》《埃及艳后》等影片获得了票房成功，由此奠定了宽银幕、立体声、高投资、大场面和大明星演绎的超级奇观的“大片”模式。20世纪70年代中期，随着数字技术的发展，一种被贾斯汀·怀亚特称为“高概念”的电影出现了。^[1]从此，一种“大投入、大制作、大营销、大市场”的商业运作模式被明确确定下来，并在《大白鲨》《星球大战》《侏罗纪公园》等一系列“高概念”影片中被发扬光大。21世纪以来，影片投资规模大幅度攀升，更多资本投入在数字技术、电影营销方面，奇观化影像、巨额商业收益使得“大

[1] [美] 巴里·利特曼：《大电影产业》，尹鸿等译，清华大学出版社，2005年，第231页。



片”在世界范围内推广，成为各国电影工业角逐市场空间的产销模式。

“大片”的世界性狂潮也逐渐开始席卷中国市场，面对汹涌而至的好莱坞“大片”对国内市场的冲击，中国开始探寻“大片”之路。

在中国，“大片”一词来源于1994年中国电影市场开放后引进的外国电影，当时叫“分账大片”，与其他类别的进口片诸如“买断片”相区别。从李安的《卧虎藏龙》开始，“大片”一词开始广泛应用于华语影片，这一概念就变成了一种对大制作影片约定俗成的称谓。“大片”的含义，由1994年的“分账大片”到李安的“大片”发展到当下，已经在席卷国内电影市场与票房的强势话语及不同学者的相关论述中，完成了自身意义的本土化过程。诚如有关学者所言，“‘大片’不再是一个专指好莱坞电影的名词，而是一个中国和亚洲电影的新的类型。这个类型乃是中国内部的市场化和急剧的全球化进程的一个最新的象征。这种‘中国制造’的‘大片’力图突破中国电影‘内’、‘外’市场的界限，创造一个新的、大规模的、真正进入主流市场的电影。这也可以说是中国电影向‘好莱坞式’的大片进发的尝试”^[1]。

从题材上看，华语电影大片的主要题材包括古装历史题材如《卧虎藏龙》《英雄》《十面埋伏》《夜宴》《满城尽带黄金甲》《赤壁》，战争题材如《集结号》《投名状》，近现代史题材如《建国大业》《十月围城》《南京！南京！》《金陵十三钗》《一九四二》，人物传记题材如《墨攻》《梅兰芳》《孔子》，现代都市题材如《非诚勿扰》，等等。总体来看，2006年之前的华语电影大片集中于古装历史题材，自2007年题材开始多样化，并实现了文本语境上的现代化。然而由于西方观的特定的审美视野，具有全球市场策略的华语电影大片仍然以古装题材作为首选，现代题材的华语电影大片则更多定位为国内市场。

[1] 张颐武：《电影与21世纪中国新的发展——文化软实力的展开及其意义》，《当代电影》2008年第2期。

从类型看，华语电影大片的类型化特征极为明显，并且具有显著的类型杂糅性。贾磊磊把中国改革开放二十年的电影类型分为十五种样式，即喜剧片、武侠片、动作片、爱情片、刑侦片、间谍片、反特片、历史剧、科幻片、神话片、灾难片、恐怖片、歌舞片、帮派片。^[1]就此分类来看，华语电影大片最多的类型是武侠片，以及以武侠片为主兼有爱情片、神话片元素的混杂类型，如《十面埋伏》《神话》。就缺省的类型看，华语电影大片尚未出现的类型有喜剧片、科幻片、恐怖片和帮派片。喜剧片本身所具有的低成本性成为大量中小成本影片的类型首选，恐怖片和帮派片由于内地审查制度造成类型缺省，而科幻片在华语电影大片中的缺席仍在继续，一方面由于好莱坞对此类型的娴熟运用与市场占领，另一方面华语导演的类型开拓尚未取得突破性进展，刘镇伟的首部华语科幻片《机器侠》只是一次不太成功的尝试，而2011年4月24日启动的首部科幻动作题材的中美合拍片《星舰奥罗拉》也许值得期待。

纵观十余年来华语电影大片，中国几位著名导演的名字赫然在列，而且其作品占据了大片的主要席位。在华语电影大片的商业主导中，几位导演在作品序列中一方面努力保持个人风格与作者诉求，另一方面也在市场引导与资本诉求下进行着或成功或失败的个人突破。

张艺谋式“大片”，作品包括《英雄》《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》《金陵十三钗》等。张艺谋一以贯之的是对极致画面的追求，对浓烈色彩的敏感，以及华丽影像背后被不断诟病的意义空洞。在《满城尽带黄金甲》极度璀璨的华丽外表中，张艺谋在自己开启的华语古装大片之路上走到了尽头。从文化选择来看，张氏华语电影大片更倾向于通过西方视角的内化，来展现东方主义的中国古典形象。

陈凯歌式“大片”，作品包括《无极》《梅兰芳》《赵氏孤儿》等。陈

[1] 贾磊磊：《风行水上激动波涛——中国类型电影（1977—1997）》，见于中国电影家协会编《改革开放二十年的中国电影》，中国电影出版社，1999年。



凯歌作品一向以沉稳影像、厚重人文及传统继承见长。《无极》则呈现彻底的颠覆、魔幻题材的开拓、过多理念的注入、文化定位的迷失，从而遭遇文化挫败。之后的《梅兰芳》，回到了陈凯歌熟悉的古典文化题材，使陈氏风格得以在京剧与大师中彰显文化意蕴。从文化选择看，陈氏华语电影大片注重传统的挖掘与现代转化，蕴含导演知识分子的深厚情怀与文化担当。

冯小刚式“大片”，作品包括《夜宴》《集结号》《非诚勿扰》系列影片、《唐山大地震》《一九四二》等。冯氏华语电影大片大多具有浓厚的平民气息，以浓郁京味的现代题材为主，而古装大片跟风之作《夜宴》则是商业驱使下的一次不成功的尝试，而战争题材《集结号》与灾难片类型《唐山大地震》《一九四二》中，更多的是关注战争背景或灾难背景下的个人，延续着冯小刚所一贯的平民视角。从文化选择看，冯氏华语电影大片大多以国内市场为导向，关注当下中国文化语境，反映当代中国内地的文化现状与平民价值理念。

除内地导演，港台导演的“大片”作品也值得关注，呈现出不同的风格特色。陈可辛式“大片”，包括陈可辛导演或监制的《如果·爱》《投名状》《十月围城》。陈可辛作品浓重的香港电影特征在北上的过程了相应地进行了适应与调整，尤其是对主流文化的自觉融入，但香港电影中所擅长的动作场面、紧凑剧情以及兄弟情义仍在影像中具有较强的可辨识度。

李安式“大片”，包括《卧虎藏龙》《色·戒》等。李安的电影具有极强的跨文化性，西方团队、传统开掘、西方价值解读构成了电影的重要特色。李安的两部作品《卧虎藏龙》和《色·戒》都具有极强的开拓意义：《卧虎藏龙》开启了华语电影大片的武侠热潮；《色·戒》改编自张爱玲的小说，在延续了“大片”全球性运作的方式和策略的同时，突破了原有的题材，将20世纪中国历史的风云变幻纳入“大片”的题材，开启了华语电影大片的新空间。

2. 关键词辨析之一：“华语电影”与“华语电影大片”

近年来，“华语电影”这一称谓已经逐渐获得了业界与学界的认可。有别于常用的“中国电影”(Chinese Cinema)，华语电影的英译名为Chinese Language Cinema，意为更偏重于使用汉语语言的标准：“主要指使用汉语方言，在大陆、台湾、香港及海外华人社区制作的电影，其中也包括与其他国家电影公司合作拍摄的影片。因此华语电影是一个涵盖所有与华语地区相关的本地、国家、地区、跨国、海外华人社区及全球电影的更为宽泛的概念。”^[1]

“华语电影”的提出并为学界接受并非偶然。它由海外华人学者提出，代表了电影研究的新视野，是一个适时应运而生的富有理论延展性的术语。它把中国内地、香港、台湾两岸三地乃至其他华语地区的电影整合起来，进行整体性的思考，使人们能在一个全新的、广阔的前瞻性视野中，来理解与把握全球化背景下华语电影发展的整体状态。更为与时俱进的是，两岸三地乃至多地、跨国的合作拍片方式越来越普遍，局限于一地的封闭式拍片方式无论数量还是影响力都渐趋衰落，两岸三地乃至部分海外的电影开始进入一个跨越区域、国家甚至民族疆界而互相渗透、合作、融合。在此种态势之下，伴随着“大中华文化圈”的强势崛起，华语电影无疑颇具现实概括力和理论活力。以往常用的中国电影、香港电影、台湾电影等术语难免捉襟见肘。因此，用“华语电影大片”来指代“华语电影大片”也有其合理性。

但是，任何术语都有适应性和有效性的问题。“华语电影”如不加适当的定位限制，笼统地说只要是剧中人讲“华语”就是“华语电影”，也面临着消解的可能，有一种“无边的华语电影”之虞。这一术语应该适当狭义化。究其实，它是后于诸如中国内地、台湾、香港电影的“后设

[1] 鲁晓鹏、叶月瑜：《华语电影研究概略》，见于刘宇清编译：《他山之石——海外华语电影研究》，中国传媒大学出版社，2008年，第65页。



性”的术语，是全球化时代的产物。它与国际范围内冷战的结束、“意识形态的终结”、中国内地的改革开放、香港的回归、中国加入WTO、台湾的政治变动、全球化进程的加剧都有着纠结难清的复杂关系。而狭义的华语电影，非华语电影大片莫属。

在笔者看来，界定“华语电影”的义项，按权重性排列依次有：

- (1) 主要制作者（编剧、导演、制片人）；
- (2) 主要演员、明星；
- (3) 投资方；
- (4) 拍摄地；
- (5) 次要演职人员；
- (6) 发行方与发行范围等。

随着全球化进程的加剧，华语电影呈现出混合性或含混性。最初提出以电影中是否讲华语来界定华语电影，表现了界定者的努力和语言自觉。但是，华语电影中的“语”应该重新定义，要尊重电影自身的本体语言特性，更要考虑电影主要是通过独特的电影语言（而非文字语言）与传统文化发生关联的。

电影是一种影像语言艺术，文字语言在其中并非占有本体性地位。当年阿斯特吕克称“摄影机如自来水笔”是一种比喻性说法，摄影机并不等同于自来水笔，电影语言也不等同于文字语言。这也正是麦茨第一电影符号学为人所诟病之处。

在电影中，作为对白或画外音的语言在电影这门“视觉艺术”中的重要性，比之于文学这样的以文字语言为本位的艺术，要弱得多。本尼迪克特·安德森曾认为印刷文字是维系作为一个民族的“想象的共同体”的重要媒介，“印刷语言是民族意识产生的基础”，但自从电影产生以来，电影也毫无疑问地加入到这一建构“想象的共同体”的过程中，并发挥着越来越重要的作用。但电影不是以文字语言、印刷语言的方式，而是以影像、符号的方式进行艺术表达。尤其是华语电影大片都有

国际票房的诉求，而一旦到了海外，讲不讲中文对于非华人观众和不少不懂汉语的华人观众就不很重要了，他们是通过视觉语言来感知中华文化的。

这也涉及到电影以影像的方式对原来蕴含于语言文学、美术、音乐、戏剧戏曲、舞蹈等艺术门类中的艺术精神、意蕴、伦理观、价值观等的影像化表现的问题。现代传播学认为，在一种民族文化向另一种异质文化传播的过程中，会发生变形、磨损等现象，这就是所谓的“文化贴现”或文化折扣（culture discount）。在不同艺术门类之间的文化的传播也会出现这种现象。电影是一种现代大众传播媒介，从经典、高雅文化通过电影影像向通俗、大众文化的转换，必然会有变异、磨损，甚至文化的扭曲、变形和新的混杂性的文化的重构和创生。

鉴于此，华语电影的实际内涵应该是“中华文化电影”，而非仅仅为“中华语言电影”，从英语的角度说，“Chinese Language Cinema”准确含义应当是Chinese Culture Cinema、Chinese Symbol Cinema、Chinese Image Cinema。

总的说来，华语电影大片可以归纳出下述“义项”：

（1）投资多元，除两岸三地外，还有美、日、韩投资，或是美日韩电影版权预售，市场诉求，投资一般都比较大；

（2）主创以两岸三地华人（也包括外籍华人）为主，次要创作人员中也会有韩日等国人员；

（3）发行不限于两岸三地市场，而是亚洲、美洲及其他海外市场并重；

（4）拍摄主要在内地完成，主打中华文化元素牌；

（5）均注重场面打造，中华文化元素的呈现，多少表现出某些中华文化、美学精神的转化再生，偏重写意、诗性、视觉奇观表达，故事性、文学性相对降低。



3. 关键词辨析之二：从“主流商业大片”到“中式主流大片”

“大片”之大，体现在大投入、大制作、大明星、大导演和大营销及由此产生的大票房等方面。在“大片”的相关研究中，出现了大量定语不同但指涉相近的称谓，除华语电影大片外，还有诸如国产大片、中国大片、主流商业大片、主流大片、中国主流大片、中式主流大片等概念。在此作一简要辨析。

“国产大片”，就“国产”二字看，是由传统的“国产片”“港台片”“外国片”分类模式衍生而来的一种称谓。国产大片所指涉的内容，包括中国内地制作生产，以中国内地资金为主导，绝大多数由内地导演执导并以内地演职人员为主要构成的大片。这一概念强调的是电影的生产属性——内地制片主体生产，因此将合拍片和海外华语作品排除在外。主要代表作有中影集团主导的《建国大业》《梅兰芳》《孔子》等，以及国内民营企业如“新画面”“华谊兄弟”的张艺谋大片与冯小刚大片。

就“中国大片”与“华语电影大片”而言，一方面，“中国”表面上试图将港台合拍片纳入研究范畴，但由于地域政治的微妙，特别是中国内地与台湾对于“中国”的不同理解，以及在国际上对于“中国”的认识仍倾向于中国内地，中国大片的研究范围仍然透露出具有政治性指向的“中国”限定，因此其内涵与“国产大片”相去不远。

“主流商业大片”体现了一种融合性的思考维度的开始。在2003年之前，主旋律影片和商业影片两种名称仍然分庭抗礼，《张思德》《云水谣》一类以主流价值宣传为导向的影片被称为主旋律大片，《无极》《十面埋伏》之类以商业价值为主要诉求的影片叫做商业大片。为冲破将主旋律和商业划分开来的传统思路的沿袭，“主流商业大片”被提出来。“主流商业大片”力图消弭主旋律与商业片这两个概念的二元对立，重新整合和界定主旋律商业化和商业电影主旋律化的电影趋势。“主流商业大片”既要求主旋律电影具备商业性的大众接受，也要求商业电影自觉承载主流的社会核心价值。尽管在电影的生产和创作实际中，仍存在更偏

向于主旋律的影片如《建国大业》，也有更偏向于商业性的影片，如《投名状》，甚至还有更偏向于艺术片的影片，如《梅兰芳》，但所有这些具有一定制作规模的“大片”，仍然必须具备价值观的“主流性”和市场上的“商业性”这双重特点。^[1]

随着“商业性”逐渐内含于“大片”之中，并成为“大片”不言自明的内在属性之一，出现了使用更为普遍的“主流大片”（dominant blockbuster）与“中国主流大片”称谓。“主流”限定得更加明媚，体现出商业导向与政治导向的双重合力。“中国主流大片”超出传统的主旋律电影、商业电影、艺术电影范畴，自2007年以后得以逐渐明晰和广泛使用。2007年1月全国电影创作工作会议上，赵实同志明确提出了“大片的概念应该是主流大片，突出主流意识，追求一流制作，进入主流市场，赢得大众好评，创造好的效益。”^[2]由此可见，“中国主流大片”体现出更多中国主旋律文化与商业大片的结合。

主旋律与主流文化之间的关系，在此也需要做一点说明。“主旋律是一个比主流文化限定更为严格的概念（无产阶级革命和社会主义建设）；而主流文化则可以扩展到对国家、民族作证明呈现的一切相关主题。”^[3]

“主流”这一定语，体现出中国电影市场的官方话语和意识形态导向，并在新中国成立六十周年的几部“大片”（如《建国大业》《十月围城》《风声》）中进一步完成了自我身份的认同和巩固。

而另一种称谓的“中式主流大片”，“是指呈现主流文化审美维度的体现大投入、大制作、大营销、明星化和高票房等特点的影片”^[4]。

[1] 尹鸿：《主流价值、商业诉求、电影产业——关于主流商业大片的对话》，《当代电影》2010年第1期。

[2] 中国电影家协会产业研究中心编：《2009电影产业研究之主流文化与中国主流大片卷》，中国电影出版社，2010年，第90页。

[3] 同上书，第13页。

[4] 王一川：《主流文化与中式主流大片》，《电影艺术》2010年第1期。



“中式”的提法，具有“中国式样”（或曰“中华式样”）的含义，消弭了“中国”所蕴含的政治意味，将这一概念的外延予以扩大，力图将港台参与的合拍片纳入范畴。但是，就迄今为止国内外电影市场上出现的“大片”而言，“中式主流大片”与“主流大片”“中国主流大片”仍具有同样的所指范畴。

由称谓流变来看，“大片”在中国经历了一个将“商业”与“主流”逐渐内化的过程，“一方面在工业和美学上承续了前几年中国商业大片（包括好莱坞大片）市场化发展模式，另一方面在文化和价值观上则吸收了80年代以来主旋律影片宣扬主流文化路线的模式”^[1]。这种看似本土化的意义演变过程，实则与好莱坞大片所一贯秉承的商业利益的显性追求与美国意识形态的隐形书写并无二致。

二、华语电影大片的发展历程

新世纪以来，中国电影在入关的挑战，好莱坞冲击波的全球化境遇和市场化、体制改革的内环境的交织中，在国产影片的低谷中徘徊而奋起，《英雄》《十面埋伏》《无极》《夜宴》《满城尽带黄金甲》《投名状》《梅兰芳》《赤壁》等“大片”的隆重登场，成为中国电影的一个转折点。

事实上，华语电影大片不是无缘无故、突如其来产生的，甚至也非始于《英雄》。内有1996年《秦颂》、1998年《荆轲刺秦王》等的前奏，外有2000年《卧虎藏龙》的催动，更有美国“高概念电影”的强力影响。客观而言，新世纪的“大片”现象是改革开放三十年电影业和电影文化发展的必然结果。“大片”的出现，是包括电影管理部门、电影业界人士乃至观众共同期待和努力的结果。

[1] 陈犀禾、刘帆：《主流大片：邓小平理论在文化实践中的一个典范》，《当代电影》2009年第12期。

新世纪以来的华语电影大片以《卧虎藏龙》为开端。严格地说,《卧虎藏龙》不是“中国大片”,是哥伦比亚公司主要出品,但导演、演员主创均为华人,这在很大程度上保证了影片的中华性,因此用“华语电影大片”来概括还是能把它包容进来。《卧虎藏龙》在海外的成功鼓舞了中国电影人制作“大片”的信心,并开创了一个“大片”生产的模式。张艺谋就并不讳言《卧虎藏龙》对《英雄》的影响。于是,《英雄》《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》《无极》《夜宴》而起,开始出现了一个喷发期。

1. 《英雄》：市场突破与观念革命

《英雄》无疑受到了好莱坞“高概念电影”生产方式的影响——大投入、大制作、大发行、大市场的“四大”商业模式是好莱坞电影不断获取全球市场的运作模式。从《卧虎藏龙》的发端到《英雄》的成型,中国电影开始了商业化、市场化的转向:广泛吸引资金,注重国际市场,开拓海外明星,以国际化的视点、东方化的奇观、“高概念电影”的商业化配方……找到了一条内可以拉动观众进入电影院、提高电影产业化,外可以抵制好莱坞分账大片、树立民族电影品牌和形象的现实道路。

如果说20世纪七八十年代是通过艺术电影的突破获得世界对于中国电影的承认,现在则是通过商业大片的成功既培养具有竞争力的民族电影工业,又开拓主流海外市场,并向世界展示中国文化形象。中国电影开始将展现丑陋的“伪民俗”策略转化为主流理念、普适价值观(如和平、天下、仁爱)的弘扬,中华文化的价值观念的传播,进而打造了具有中国特色、呈现中国形象的中国大片。

《英雄》正是中国电影的一个转折点。此后,无论是《十面埋伏》还是《夜宴》《无极》《满城尽带黄金甲》《赤壁》,不仅在艺术模式上留下《英雄》的影子,在资本运作和产业经营中也足以发现中国电影工业逐步国际化的轨迹。在一个全球化时代,在与好莱坞共舞的现实境况中,中国电影的“大片”概念约定俗成地生成了,大投资、大明星、大