

车径行◎著

REFLECTIONS
ON
CHINESE
FILMS

中国 电影 忧思 录



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

REFLECTIONS
ON
CHINESE
FILMS

中国电影 忧思录

车径行◎著



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.



图书在版编目 (CIP) 数据

中国电影忧思录 / 车径行著. — 北京 : 北京联合出版公司, 2018.3

ISBN 978-7-5596-1606-7

I . ①中… II . ①车… III . ①电影事业—研究—中国
IV . ①J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 009638 号

中国电影忧思录

作 者 : 车径行

出版监制 : 刘 凯 马春华

责任编辑 : 夏应鹏

装帧设计 : 回归线视觉传达

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

三河市京兰印务有限公司 新华书店经销

字数 : 185 千字 700 mm × 1000 mm 1/16 印张 : 17.75

2018 年 3 月第 1 版 2018 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5596-1606-7

定价 : 39.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

如发现图书质量问题, 可联系调换。质量投诉电话: 010-68210805



目 录

1	关于经济、资本
17	关于票房、数据
135	关于市场
220	关于IP
231	关于创作
257	关于电影体系
264	关于互联网

关于经济、资本

001

只有短期资本、过路资本、非专业资本的退潮，中国电影产业发展的泡沫才能被挤出，中国电影创作的话语权回到真正懂电影的人手中，中国电影才能得到长足的发展，中国电影才能回归到电影本身。中国电影只有提升内容生产能力，增强创意能力、想象能力，努力实现电影创作由高原向高峰的突破，才能重新赢得市场。

002

中国电影产业的增长是靠投资拉动的。一方面是制片投资很多，一年制作多达六百部电影；另一方面就是电影院，电影院和银幕增长非常快。这两头增长拉动整个电影产业的增长是合情合理的，但不能过度依赖投资拉动提高产能，电影还是要靠故事说话，没有故事再多的投资也没用。

003

过多的资本泡沫已经绑架了中国电影，导致电影产业走上迷途。资本并未真正推动电影产业壮大，只是让票房的数字好看了，而电影误入歧途。电影是一种文化载体。中国的电影，如果失去了先进的思想，失去中华文化的艺术性，那么再精良的技术制作也是枉费日月，再惊人的票房也得不偿失。

004

中国电影产业与宏观经济遥相呼应，坐实了增速放缓的预言。暑期档没有黑马，没有惊喜。中国电影票房下滑的主要原因是外行充斥、赚快钱的心理作祟。资本是把双刃剑。资本的涌入一方面把中国电影的体量做大，另一方面又将电影的创作水准拉低，强调电影商品的性质而忽视其作品的性质。

005

媒体一直在热议中国电影票房什么时候超北美。电影票房超不超北美对中国电影发展的意义不大。电影是艺术不是算术，把电影当算术只能物极必反。这些年中国电影票房上去了，而节操掉了一地，几乎没有出现全球有影响力的电影。高票房于中国电影并不是好事，对中国电影而言不过是丢人现眼罢了。

006

资本的大举介入让中国电影产业加速发展的同时，也带

来不少问题。很多热钱只看到电影市场诱人的“钱景”，一心只想捞一笔走人，缺乏中长期投资意识和耐心。非专业资本赚快钱及干涉电影创作等问题，让注重品质的电影人对资本不敢轻易说爱。资本的介入固然可以带来很多诱人利益，但也会物极必反。

007

投资对中国电影而言不是什么事，中国电影不缺土豪投资人和土豪投资，中国电影缺的是有情怀、有远见的战略投资人和战略投资。对中国电影的战略投资是中国电影真正自立于世界电影之林的前提条件，是中国电影走出急功近利、哗众取宠、浮躁浅薄、自娱自乐怪圈的保证。中国电影期待战略投资。

008

随着中国电影市场快速发展，源于西方电影市场的成熟模式——完片担保（Completion Guarantee或Completion Bond）被引入中国。发达市场电影投资的主体是银行，而目前中国的电影投资则绝大多数通过股权融资的方式。完片担保制度能降低投资者介入电影项目的风险，可以把银行带进来一起投资。

009

与中国电影产业蓬勃发展相对应的，是资本力量的疯狂介入。大量资本的进入必然会导致电影行业的泡沫，影响到

电影投资、影院建设，甚至电影票房都出现虚高。人才瓶颈已经成为中国电影业的痛点。各种山寨编剧、电影、制片人粉墨登场，繁华背后是良知与道德的丧失，电影精神与灵魂的堕落。

010

电影既不能被资本绑架，也不能被新技术绑架。资本是电影创作的物质基础，技术永远只是手段和载体，电影创作的灵魂始终是对人性价值的终极思考；而技术手段的创新，也是在充分把握影像语言特点基础之上的创新。中国电影除了要肩负其不可推卸的商业责任之外，同样更要承担不可推卸的文化使命。

011

时下流行跨界，一些与导演职业无关的人员都跨界来当导演了。跨界不是坏事，但是跨界需要艺术积淀和生活积累，不是人人都可以跨界的。跨界的前提是扎扎实实而非好高骛远、心浮气躁。术业有专攻。电影的属性决定了对电影导演自身素质的要求。拍电影的确需要很多钱，但有钱不能代表一切。过度消费观众的热情只能使中国电影渐行渐远。

012

为外国电影注入资本，既不能代表中国元素，更不能代表文化输出，充其量是与外国合拍了没有话语权的电影。中国电影公司不能满足于承当外国电影的银行。电影是国家文

化软实力的体现之一，承载着国家形象、价值观、精神文化等元素。外国电影背后站着中国投资人并不是什么值得炫耀的事情。

013

纵观近几年名导演们的作品，基本每次影迷都会发出失望的声音，因为都拿新戏与他们最辉煌时期的作品相比。然而，很多时候是时势造英雄。在电影数量相对较少的年代，名导们还可以任性一把。相比过往，现在的电影投资人大都比较急功近利，一个任性的导演可能会失去未来的投资，甚至告别电影生涯。

014

资本的涌入犹如一把双刃剑。一方面资本可以让中国电影快速完成产业链上下游的整合，完成生态圈的布局；另一方面过多的资本介入让电影业有了一种浮躁、挣快钱的心态，从而令内容质量下滑，造成中国电影水平的整体下滑。中国电影必须保持文化自信、文化自觉和文化担当。

015

这是中国电影的江湖时代。过剩资本向电影市场席卷而来，嗜血的资本左手在电影市场呼风唤雨，目的是右手在资本市场操纵腾挪，票房成为资本游戏筹码，电影市场陡变资本大鳄的江湖。院线刷票房，网络刷数据，都是为了爆刷一个“钱”字。拜金主义、媚俗主义、娱乐至死甚嚣尘上，精

神追求、教化价值、人文情怀荡然无存。

016

中国电影产业已变成诱人的大蛋糕，吸引着各路资本。资本逐利，电影也产生了各种新玩法。从好莱坞成功经验看，衍生行业对整个电影产业发展意义重大，而中国电影在这方面尚处于起步阶段。资本已将电影行业搅动得炙手可热，但中国电影衍生行业尚未迎来爆发临界点。电影衍生品是电影新增长点。

017

中国资本大量涌入好莱坞，但中国电影却没能打动美国观众。中国的电影市场是世界上增长最快的，可中国电影只能自娱自乐。让中国电影融入国际语境，让中国故事征服世界，才是中国电影真正的强大。有人说中国电影不需要走向世界，那是掩耳盗铃、欺世盗名。电影是国家的文化软实力。

018

电影创作中的任性和代沟是不可能没有的。中国电影注入了很多的新鲜血液，从投资到制作，从剧本到导演，从营销到市场，每个环节都涌现出陌生的名字和面孔，他们都带着改变中国电影的野心，用良莠不齐来形容是非常恰当的。但拍电影真的不能作秀，拍电影要有热爱和实力，要有真诚和信仰。

019

中国电影市场的爆发式增长导致电影市场的投资热。为什么在中国经济依然处于复苏通道的艰难时刻，电影却能狂欢。电影狂欢的背后不仅有大众对于繁荣与萧条时期的不同消费心理认知，更有着深刻的产业基础和经济学逻辑，这便是口红效应。土豪和劣币投资电影的背后是产业的隐患和忧虑。

020

中国电影用几年时间走过了其他国家几十年才完成的历史性进程，但也出现了一些比较严重的问题。电影内容上存在着过度娱乐化、艺术创造力和想象力匮乏等种种短板，在评价体系和标准问题上更是有着偏颇的导向。中国电影创作的资源和根源在于本土文化和在此基础上建立起来的主流价值观。

021

近年来，中国电影倾向于走美国大片路线，大投入、大制作、大导演、大明星的中国大片已经占据中国电影票房的半壁江山。但在中国每年产出的几百部影片中，中小成本影片占到了六成多。即便一些中小成本影片能够走进院线，整体票房成绩也并不乐观。

022

媒体连篇累牍报道好莱坞背后的中国金主，中国电影走出去不能只是中国资本走出去。中国资本能力很强，经常一

拿就是几亿美元买片单，甚至米高梅、派拉蒙等老牌电影公司频频传出被中国公司收购。买大公司是一个办法，但不是好办法。中国电影要真正走向世界，必须扎实讲故事，立足民族文化，强化国际语境。

023

时下的中国电影有相当一部分是自称导演而实际是电影产品经理人拍的，导演与电影产品经理人的最大区别在于导演是艺术家，后者是商人。导演的思考力和创造力是一部电影的灵魂，再加上电影技术的辅助，呈现给观众的是一部在视觉和心灵上都震撼无比的电影。而电影产品经理人只重视商业利益。

024

中国电影资本竞技风起云涌，而真正有故事、情怀、价值观的电影却不多。以社会公德、职业道德、家庭美德为宗旨的电影更是凤毛麟角。各媒体的着眼点除了票房还是票房。电影的票房固然重要，但真正能将中国电影纳入世界电影叙事语境的必然是从优秀民族文化中派生出来的故事、情怀和价值观。

025

很多电影投资人把好莱坞奉若神明，热衷于混血电影。合作拍片是好事，但有时会物极必反。美国电影产业有着成熟完善的体系，中国电影人稍有不慎就会掉入陷阱。同中国

电影一样，好莱坞的项目很多，但能不能赚钱却不一定。好莱坞更多的是把中国投资人当作金主，并不会真正开放他们的核心体系。

026

商业的成功并不意味着电影的成功，提升中国电影的文化水平已经成为共识。地沟油电影产生的原因是劣币对于金钱的追逐。票房很丰满，电影很骨感，是对当下中国电影最真实的描写。要实现中国电影的真正繁荣发展，必须在题材的挖掘、人性的描写及通过故事映射出的价值观上下功夫，做文章。

027

在日益成熟的电影产业形态中，中国不能仅仅靠偶然性大于必然性的中小成本黑马影片来拯救电影市场和电影文化。无论是思想内涵发掘还是艺术表达提升，都有待于新的进步和突破。商业元素是电影存在的基本形态，而艺术表达是电影赖以生存的基础。只有融入全球化语境，才有中国电影的真正突破和跨越式发展。

028

占据中国电影市场主体地位的类型电影摆脱了过去十年的大片崇拜症、大片依赖症，类型样式不断拓展，不断走向多样化，不断走向成熟，正在形成与观众、电影市场的有效对话和良性互动。追求主流价值观表达与商业类型化叙

事相结合、融合是中国电影的创作方向。中国观众逐渐走向成熟。

029

互联网进入电影业带来的不仅是资金，更多是新的思维和模式。把电影当作产品从用户思维出发进行策划和推广，根据观影人群数据生产特定类型片。寻求资金拼盘和资源整合的优化组合，缩短线上宣传和线下产出的中间成本。导入社交、视频、票务流量入口，整合品牌营销，构建线上宣发矩阵。

030

业外资金普遍认为电影产业是座金矿，但开采金矿也伴随着高风险。一部电影即使经过周密的考量和细致的规划，因其从立项到上映间隔时间较长，难免会有一些突发事件的发生，影响到电影的最终收益。最后中彩的，可能就只有极少数几个，大多数都当了炮灰。玩跨界想不交点儿学费是不可能的。

031

必须实事求是地承认，中国电影崛起的驱动力主要是靠市场和资本，而非创作和表达的冲动。市场的命题作文自然缺失思想文化内涵和价值观表达。中国电影要产生软实力，不能满足于票房，最终要靠强大的文化吸引力在电影美学和价值观表达上做到极致，这才是中国从电影大国走向电影强

国的标志。

032

文化的贫瘠导致电影的文化贫血，道德的沦丧使得电影精神误入歧途。在中国电影400亿漂亮的数字背后，是精神的哀号和俗文化、伪文化的盛行，利益的背后是精神大厦的坍塌。严肃题材商业大片不成功，导致喜剧类型片乘机占据市场。喜剧片不太讲究价值观，本身比较低俗，不该是主流电影。

033

一部电影能够产生持续效益是不容易的，特别是目前知识产权保护还不是很完备的情况下。在美国或其他国家，只有不到50%的电影收入是从电影院出来的，其他收入来自电影产业链的延展。中国电影90%以上收入都来自电影院，若排片不给力，投资方的收益就无法保证。延展电影产业链迫在眉睫。

034

中国电影一个很大的问题是好钢没有用在刀刃上。谁投钱谁说了算！资本的盲目性导致电影创作的低俗化，因此，中国电影不能进入世界电影的叙事体系。逐步提升中国的电影审美结构，完善中国的电影体制，这比取得一时的商业利益要实际得多，回报的利润也会更大。

035

电影文化是人文思想的集中表现，也是社会运行的重要组成部分，它既是人类的精神建构，也是人类的精神追求。从社会文化建设的角度看，公共文化建设是社会不可或缺的重要部分。从经济的角度来看，电影文化与经济密不可分，也是经济的重要组成部分。电影的二元性决定了电影文化的多维性。

036

艺术与商业的双重属性决定了电影不仅仅具有商品的特性。任何把电影仅当作赚钱工具的行为都是可耻的。电影故事的背后包含着激情、情怀与精神。学习好莱坞电影，要学习它们国家精神的巧妙植入。好莱坞电影都是商业电影，但每一部电影都是美国国家形象宣传片，故事背后蕴含着美国精神。

037

资本爱上电影，使得电影市场热闹非凡。懂电影的、不懂电影的都在拍电影，唯票房论的怪声此起彼伏。功利主义大行其道使电影雪上加霜，跟风啃老自不必多言，五毛钱特效悄然而至，中国电影走上了一条奇怪的快车道。电影不是单一的商品，必须兼顾其艺术与社会功能，这是电影的世界命题和时代命题。

038

成都市启动了公益电影进影院试点活动，政府以每张10

元的公益采购方式，对城市低收入人群免费发放电影票。这种惠民活动若想在全国广泛开展，则需要平衡片方、院线方以及有关部门的多方利益，协调上存在一定的难度。公益活动的成本投入也是要考虑绩效的，不是经济效益，而是社会效益。

039

以煤老板、房地产商为代表的商人们带着庞大的资本进入电影市场，一方面给电影产业带来了更多的资金，但出于投资挣钱的考虑，这些资本也影响了电影产业的正常发展。资本不能脱离电影的艺术规律，也不能盲目地追捧、迷信大导演和明星。只有资本有效地进入电影产业，中国电影才能真正发展。

040

资本的典型思维是以小博大，规划投入产出比和商业周期，迅速整合各类商业要素及营销包装，以期迅速获利。资本的逐利性催生了一堆低智商的电影，使得中国电影市场预支了繁荣。电影审美审趣标准的低智化趋势，究其根源还在于资本和电影之间奇怪的组合关系。

041

没有资本拍不了电影，但有了资本未必能拍出好电影。在资本眼里，利润才是最重要的，电影是否优秀并不重要。实际上中国电影已经被逐利的投机资本所绑架。在互联网