

第二十七届上海国际电影节开幕论坛举行 共探中国电影高质量发展新路径

■文/本报记者 赵丽

6月15日,第27届上海国际电影节“开幕论坛:时代风华 梦启新程”举行,万达、大麦娱乐、光线、上影、华策等影视行业领军企业代表齐聚一堂,围绕中国电影诞生120周年历史节点,就内容创新、产业升级、技术迭代等核心议题展开深度对话,为中国电影可持续发展注入思想动能。

中宣部电影局主持日常工作的副局长毛羽,中国电影基金会理事长张丕民,华夏电影发行有限责任公司党委书记、董事长白轶民,中共上海市委宣传部副部长、上海市电影局局长潘敏等出席论坛。论坛由中国电影艺术研究中心研究员、《当代电影》杂志主编皇甫宜川主持。



上海“电影之城”建设成果丰硕 全产业链服务赋能创作生态

上海市委宣传部电影处处长刘祎昀致辞中介绍,过去一年上海以全流程服务体系推动电影创作实现质效双升。2024年,42部上海出品电影占全国国产片票房总量的1/5,13部作品票房过亿,占全国过亿影片数量的1/4,3部作品荣获“五个一工程”奖,8部作品斩获华表奖、金鸡奖、百花奖等12项大奖,形成“佳作频出、票房领跑”的良好态势。

作为服务创新典型案例,2024年以7.2亿票房跻身国产片年度前十的《好东西》,通过组建专项服务专班、协调全市勘景资源、创新“城市情书”主题宣发,实现低成本影片的口碑票房双丰收,被业内称为“上海服务体系助力创作的范本”。上海已建立涵盖项目立案、拍摄、宣发全周期的重点项目库,并依托文化发展基金会形成稳定的资助机制,为《酱园弄·悬案》《刺杀小说家2》《浪浪山小妖怪》《分手清单》《欢迎来到龙餐馆》《飞驰人生3》等重点影片提供从创作到市场的全链条支持。刘祎昀说:“期待这些影片能为中国电影市场注入更多能量,也期待更多国内外制片企业能落户上海,还期待越来越多的好作品在上海诞生、成长、壮大,给行业以希望、给观众以力量、给城市以荣光。”

从“仰望工业”到“驾驭工业” 与观众双向奔赴

在开幕论坛环节,万达电影股份有限公司董事长兼总裁陈祉希表示,电影工业标准提升使制作周期从1-1.5年延长至3年以上,导致内容供给减少。她提出,上一代新导演的成功催生了“高追求”效应,但新一代导演的补给却严重不足。“我们收到800多个青年导演剧本,最终只能选出10个进入开发,即便在短

片阶段,他们对叙事节奏、观众共情的把握仍显生涩。”这种断层不仅源于创作能力,更与人才培养体系的滞后密切相关。

“中国电影不缺有才华的年轻人,缺的是让才华落地的土壤。”陈祉希表示,当行业过度关注“下一个郭帆”的出现,却忽视了人才成长的系统性需求,终将陷入“青黄不接”的循环。唯有从教育、产业、政策多维度构建“以观众为中心”的培育体系,才能让青年导演从“仰望工业”变为“驾驭工业”,为中国电影的下一个十年储备真正的创作动能。

面对中国电影产业的结构性挑战,大麦娱乐总裁李捷提出,需从观众、投资方、制作与宣发方三个维度建立危机意识与反应机制,为行业破局提供系统性思考。他认为,中国电影观众规模潜在可达3亿至4亿人,但影院观影率未达预期的核心原因在于“影片品质未满足期待”。春节后灯塔研究院调研数据显示,《哪吒之魔童闹海》等作品拉高了观众对优质电影的评价标准,约15%的观众期待提升直接导致部分影片票房不及预期。他强调,当前行业缺乏有效的观众信息反馈系统,尤其在与国际优质内容对比时,国产片尚未建立稳定的品质认知。

“电影不是过时的娱乐形式,而是需要用创新赢回观众的艺术。”他表示,当《长安三万里》能以动画形式承载传统文化并斩获高票房时,行业已证明“内容创意+技术适配”的可能性。唯有打破对“大投入、大明星”的路径依赖,中国电影才能在观众审美升级与技术变革中重获增长动能。

聚焦创意驱动 打破“票房唯一”困局

光线传媒股份有限公司董事长王长田直指行业产能过剩问题:“当前上千部的年产量中,至少一半缺乏市场竞争力。”他建议将故事片产量压缩至500-

600部,聚焦“必看性”内容——即通过题材创新、风格突破和视听升级,让电影在与短视频、游戏等娱乐形式的竞争中重获优势。

“《哪吒》《流浪地球》系列电影的成功证明,观众需要的是‘不可替代’的观影体验。”他以2024年票房数据为例,指出头部10%的影片贡献了70%的票房,而尾部影片平均票房不足千万,这种“马太效应”倒逼行业必须淘汰低效产能,将资源集中于类型创新与工业化制作。

王长田警示行业风险:“当前95%的收入依赖票房,远高于美国的30%。”他以《哪吒之魔童闹海》为例,该片衍生品销售额预计超千亿,显露出IP开发的巨大潜力。“当《流浪地球》等作品能通过周边产品覆盖40%成本时,行业才能真正抵御市场波动。”

作为拥有76年历史的国有电影企业,上海电影(集团)有限公司党委书记、董事长王隽围绕老牌电影企业的传承与创新,分享了上影在全产业链建设、技术融合及IP生态开发等方面的实践思路,勾勒出传统电影企业面对产业变革的应对之策。

王隽回顾行业变迁,20多年前中国电影史上首部破亿影片《生死抉择》诞生,而如今单片票房已达百亿级,未来更有望冲击200亿票房能级。这种跨越式发展让上影思考三大命题:如何继承前辈奠定的工业基础、如何应对观众与市场的迭代、如何布局电影的未来形态。

“从1亿到200亿,不仅是数字增长,更是产业逻辑的重构。”她指出,上影作为“电影之城”上海的主力军,正通过全产业链建设回答这些问题——既坚守内容创作的核心,又通过技术赋能与业态创新拓展边界,形成“传统根基+创新活力”的发展双轮。

华策影视集团总裁傅斌星则聚焦创意驱动,她提出“用创意平衡成本”的发展理念,通过成立电影学院和技工学校构建人才培育体系,深度陪伴创作者成

长。她表示,当下观众审美与文化需求正快速迭代,创作者需走出办公室,深入年轻群体感知时代脉搏,以《流浪地球》系列为例,其成功印证了“硬核科技+情感共鸣”的创作逻辑,也为科幻类型片打开了工业化探索空间。

凝聚“三个不变”共识 锚定电影强国建设方向

在中国电影诞生120周年的历史坐标上,行业需以守正创新的态度应对挑战——既要坚守内容为本的创作初心,又要在技术应用、产业模式、国际传播等领域开拓新局。

数据显示,第27届上海国际电影节开幕首周票房已达4300万元(截至6月14日),《酱园弄·悬案》作为开幕影片首创上海市500厅同步放映,标志着电影节正从专业平台向全民文化盛事升级。

中国电影正站在新的历史起点上,唯有以观众需求为导向,以技术创新为引擎,以人才培养为支撑,才能在传承百年光影基因的基础上,书写从电影大国迈向电影强国的新篇章。

解构观众变迁 探索中国电影创作新范式

在论坛第二部分,陈茂贤、董润年、黄建新、李少红、文晏、魏书钧等电影人齐聚一堂展开深度对话,为中国电影注入新视角的思考动能。

导演董润年认为,当下观众“不再是被动接受者,而是带着强烈主体意识的参与者”,他们通过短视频、社交平台等渠道构建自我表达体系,甚至将电影切片作为形成个人价值观的讨论素材。这一观点得到与会者共鸣,数据显示,中国观众日均网络使用时间达5小时,其中短视频消费占比超60%,这种行为模式正重塑他们对电影的期待——从单纯娱乐转向情感共鸣与社交话题的需求。

“观众不再满足于被讲述故事,而是渴望在电影中看到自己的影子。”导演陈茂贤以自己的作品《破·地狱》为例,透露该片在剪辑阶段进行了1050份样本的观众调研,根据香港等地的反馈调整了50余个版本,最终形成的叙事节奏更贴合年轻群体的认知习惯。这种“创作-反馈-迭代”的模式,打破了传统闭门造车的创作逻辑,印证了观众与创作者正在形成文化共同体。

导演黄建新则关注到行业内部的矛盾:“专业电影人年均观影量从50余部降至20余部,却要求观众保持热情,这本身就是悖论。”他强调,创作者必须主动拥抱短视频等新媒介,“不是为了对抗,而是理解这个时代的信息传播逻辑”。数据显示,2024年中国电影观众中,35岁以下群体占比达72%,他们成长于互联网环境,对视听语言的节奏、主题表达的深度都提出了更高要求。

创作突围路径 技术赋能与人文坚守的平衡

导演李少红以多年创作经历为脉络,深刻剖析了技术迭代与观众变迁对电影创作的重塑。面对短视频对观众注意力的重构,她以王朔为例——这位作家曾熬夜刷短视频8小时,既焦虑又依赖,“这揭示了短视频已成为创作者了解世界的窗口,而非对立的敌人”。

“刷短视频不是消遣,而是在寻找与观众的共情点。”李少红指出,当她在抖音观察到某条乡村生活视频获百万点赞时,意识到“真实的情感共鸣比华丽的视听更重要”,这直接影响了她后续作品对现实题材的处理方式。

“90年代我们担心数字技术毁了电影,如今看来它只是让电影多了一副翅膀。”李少红总结,当创作者能像接纳数字摄像机一样接纳AI,像研究剧本一样研究短视频,中国电影将在技术变革中迎来新的创作黄金期。这种开放与坚守

并存的态度,或许正是破解当下创作困境的关键。

但技术之外,人文内核仍是创作的基石。导演董润年在创作聚焦打工人群体的《年会不能停》时,深入工厂生活半年,“站在他们中间讲故事,而不是居高临下地观察”。这种沉浸式创作让影片收获了目标观众的强烈共鸣,印证了黄建新的观点:“好电影能跨越代际与阶层,关键在于创作者是否足够诚实。”

导演文晏以“时间加速度”为切入点,深刻剖析了技术迭代与观众心理变迁对电影创作的重塑。她强调,在变革频率从“几年一变”到“几月一变”的当下,创作者必须打破传统思维,以更开放的姿态拥抱观众的主体参与,在类型创新与主题表达中找到与年轻世代的对话支点。

将市场洞察内化为创作基因

青年导演魏书钧从创作者与观众双重视角切入,深刻剖析了“观众主体意识觉醒”对电影创作的颠覆性影响。他强调,当观众从“仪式感消费”转向“情感共鸣与社交表达”,创作者必须重新定义题材选择与市场宣发的边界,在艺术表达与观众连接之间寻找动态平衡点。

在魏书钧看来,当下观众正经历从“观影仪式化”到“参与主体化”的转变:“过去观众走进影院是为了体验‘银幕奇观’,现在他们更期待电影成为表达自我态度的社交货币。”

“观众主体意识觉醒不是创作的束缚,而是新的可能性。”他总结,“当我们把‘与观众对话’作为创作起点而非终点,电影就能从单向输出的艺术品,变为连接时代情绪的文化节点。”这种将市场洞察内化为创作基因的思路,或许为青年导演在商业与艺术之间寻找平衡提供了新的思考维度。

