

中国影视创作如何打造精气神

文艺评论「大咖」东钱湖论剑

本报记者 汤丹文

不久前，东钱湖畔迎来了中国文艺评论界一批顶级“大咖”：尹鸿、戴锦华、马也、范志忠、厉震林、黄鸣奋……他们与来自全国各地的青年文艺评论家们一起，纵论新时代文艺的中国精神。

作为2018年中国宁波特色文化博览会最具学术性的论坛之一，第四届中国青年文艺评论家西湖论坛宁波峰会把原来单一的艺术门类论坛改变成综合性的论坛，以主论坛+次论坛的方式，把电影电视、戏剧戏曲、网络文艺等三个艺术门类放在一起举办。

由于本届论坛的主题是电影电视，“影视创作与中国精神”这一话题更加引起了人们的关注。专家学者对此脑力激荡，各抒己见，其中一些观点对宁波的影视精品创作和打造影视之城，不无启发。

《战狼2》等影片票房“爆款”说明了什么？

李星文是媒体人，也是电影公众号“影视独舌”的幕后推手。在他的眼里，从去年4月至今，中国电影取得了长足的进步，一年里票房高达595亿元，重新回到两位数的增长速度。而对中国电影票房数据排行榜的分析也令人乐观——

在票房前五名中，国产电影占了四席，第一名是《战狼2》，第二名是《红海行动》，第三名是《唐人街探案2》，第四名是《美人鱼2》。排名前三十位的电影里，国产电影占了13席。凭借与观众的自然亲近性，国产电影在与好莱坞大片的竞争中，守住了阵地。尤其是中国票房的前三名，中国电影占了2部，分别是《战狼2》和《红海行动》。

在业界，一部电影的票房突破10亿元，就会被称为“爆



图为北京大学戴锦华教授（中）在发言。（汤丹文 摄）

款”。过去一年中，“爆款”的影片共有六部，国产影片《战狼2》和《红海行动》是战争类的，《前任3》和《芳华》属于文艺类。

李星文认为，“爆款”不是从天而降，它满足了观众的欣赏心理和需求。比如《战狼2》中体现中国崛起后在国际事务中发挥巨大作用的想象，《红海行动》则展示了强国建立强大海军的心理需求。

在谈到《战狼2》等影片时，大家不约而同地谈到了此次论坛学术主持、清华大学影视传播研究院院长尹鸿教授的观点，那就是他对此类影片作为“新主流电影”的描述。

“主旋律电影”的概念或许大家耳熟能详。1987年，时任广电部电影局局长滕进贤曾在全国故事片创作会议上提出，“突出主旋律，坚持多样化”是电影的发展方向。但这些年来，一些主旋律电影遇到了与市场对接难的问题。

“如果一开始就带有强烈的政治宣传目的，电影只是一个手段，这样的影片跟市场沟通就会非常困难。观众很难购买一个宣传品、政治教育品。”这便是尹鸿的观点。

尹鸿提出的“新主流电影”的概念，正被越来越多的人接受。他认为，从2007年冯小刚创作的《集结号》开始，类似《战狼》等电影打破了主旋律电影、商业电影以及艺术电影三者之间话语形态间的桎梏壁垒，逐渐形成了以主流价值观的建构和表达为核心的主旋律电影商业化、商业电影主流化、艺术电影市场化的渐进转型。

北京大学电影与文化研究中心主任戴锦华教授从不同侧面和角度，就如何建构影视作品的中国精神发表了独到观点。她认为，《战狼》等片的成功首先是动作片的成功，然后才是我们所需要的：这些动作片怎样成功地表达了一种此前没能在中国电影中有效传递的爱国主义、英雄主义？“这样的爱国主义不能进入家庭情节剧或者青春偶像剧？显然不是，如果这些剧也寻找这样的表达，必然有不同的路径和形态。”

戴锦华认为，《红海行动》《战狼2》等片50多亿元的票房，也就是大概3亿人次在观看。“咱们13亿人，从这个意义上不是全国观众都去看了的状态，它的程度还不够。现在国内市场远远没有被发掘出来。过去类似《青春之歌》这样的片子，有好几十万的票房，当时是能够覆盖中国人口的。”

她认为，中国要成为世界第一电影大国，一是要打开国际市场，但是这个层面还没有到达。“让一种中国精神成为我们（中国电影创作）的自觉，同时这种精神被世界接受，真的还有挺远的一段路要走。”

中国电影能从印度宝莱坞学到点什么？

这一年来，印度电影在中国电影市场大行其道，像《摔跤吧！爸爸》《起跑线》《小萝莉的猴神大叔》《超级巨星》等，既赢得了口碑，也创下了票房佳绩。中影公司北京电影制片分公司制片人陈昌业认为，印度片在中国热卖，关键在于它讲述了印度本土的故事，特别是在他们自己的政治、经济、法律等背景之下体现出来的“真善美”。

“这些印度题材作品在中国市场有很好的回应，证明了真善美的表达是可以跨越语言障碍的。”他认为，最近几年国产现实题材的电影特别是一些“灰色空间”表达的电影并没有大卖，其实是远离了大众“真善美”审美需求的焦点。

在提问阶段，自由发言的一位学者也认为，中国的新主流大片是不是只能拍军事动作片？她认为，一些印度电影在内容层面把社会问题像教育、贫富差距等等放到片子中去，不回避矛盾，但整体还是给人以向上的力量，这对中国电影主流大片而言，是不是另外一个可以努力的方向？

宁波影视艺术有限责任公司的陈三俊认为，中国和印度都经历了漫长的农业社会，文化上也凝练了东方色彩的美学特征。但是印度宝莱坞电影确实在音乐、舞蹈等很多方面传承得比较好。“现在的印度电影善于用情节去推动故事的发展，逐渐克服了以往情节发展较慢等问题，像《小萝莉的猴神大叔》的一些追逐场景，学习了好莱坞的快速剪辑方法，又用上了自己的音乐和舞蹈，这样做值得我们学习。”

学术主持、浙江大学传媒与国际文化学院副院长范志忠教授表示，印度的电影一方面充分借鉴了好莱坞的元素，一方面又有创新的印度文化特征，它以优秀的传统文化中寻找精气神，又保持了现代的气息。它的成功可以给我们提供一个新的借鉴。

浙江影视创作能否再度创造辉煌？

这几年，围绕改革开放以来发生的巨变，浙江现实主义题材的影视创作特别是电视剧创作也是硕果累累，像《鸡毛飞上天》《温州一家人》等相继获奖。

浙江传媒学院电视艺术学院的卢桦认为，现实主义的电视剧如何建构中国精神也是时下的命题。浙江这几年创作电视剧，内容上大致有三种模式，第一种是穷人模式，就是穷人如何通过努力，最后变成了一个富人，这也体现了浙江民营企业勤劳致富的一个历程，比如《十万人家》《温州一家人》等等。第二个模式是善人模式，就是好人有好报。第三个是商人模式，讲商战的。这些电视剧在主题上都强调社会价值观，传递了正能量和主旋律。但是，无论是哪一种模式，主人公大多是圣人，在成长过程中没有任何缺点甚至阴暗面，这就违背了现实主义的真实特性。

浙江工商大学丁莉丽则从浙江影视创作和产业的现状、走向，展望了浙江打造中国影视产业副中心的未来。她表示，现在浙江已经有2800多家影视公司，横店、象山等影视城集聚影视产业的效应非常强。浙江影视资本的实力也非常浓厚，所以即便像《大圣归来》这样一部制作费用高达几个亿片子，也很快被十几家影视企业联合消化。

如今，中国很多现象级的影视剧由浙江出品，比如电影《芳华》、电视剧《我的前半生》《欢乐颂》《嘉年华》等等。这些浙产影视剧的成功，一是在创作上保持开放态度，善于大胆地抓热点；二是在具体创作中融入新元素、新视角、新手段，实现审美格局的提升。比如《军师联盟》，完全是按照电影的制作要求在做一个个电视产品。

但是，浙产影视剧市场也出现了急功近利的心态，很多都是追求电影IP的快速变现，导致一些影视作品集续集口碑大幅度下降。比如电影《捉妖2》《欢乐颂》续集等等。这个值得警惕。

丁莉丽认为，影视剧创作的“浙江出品”需要向“浙江创作”转化，这需要更多本土化制作团队的成长和浙江题材的开发。“我们一直在提倡讲好中国故事，那么把浙江精神讲好了也是非常非常重要的一个部分。”

断代800余年的汝瓷产业化之路为何越走越宽

本报记者 崔小明

4月11日至24日，当代汝瓷艺术名家王振芳、范随州夫妇在宁波美术馆举办优秀作品展，为宁波陶瓷爱好者带来了一场视觉盛宴。展览期间，王振芳、范随州接受了本报记者的专访。

中国陶瓷艺术上继汉唐，在宋代达到了登峰造极的地步。宋代“汝、钧、官、哥、定”五大窑名震天下，而汝瓷以其纯正釉色、满釉烧造的工艺和极简的造型而独树一帜，有“汝窑为魁”之美誉。

据范随州介绍，汝瓷创烧于北宋晚期，为宫廷御用瓷器。金灭北宋后，汝瓷随之消亡。其开窑时间从宋哲宗元祐元年到宋徽宗崇宁五年（1086-1106），前后存续仅约20年。由于烧造时间短，传世亦不多，在南宋时，汝瓷已经非常稀有。宋、元、明、清的宫廷汝瓷用器，均为内库所藏，视若珍宝，堪与商彝周鼎比贵。民间有“纵有家产万贯，不如汝瓷一片”的谚语。著名国画大师李苦禅先生曾说过：“天下博物馆无汝者，难称得善善也。”据王振芳介绍，汝瓷传世品全世界仅存65件，其中北京故宫博物院17件，台北故宫博物院23件，上海博物馆8件。此外，英国、美国、日本的知名博物馆和私人典藏有十余件。1953年，在周恩来总理的倡导下，国家开始恢复五大名窑的研究工作，范随州的师傅马永杰参与其中，成为这一重要传统文化的传承者。

1967年，范随州出生在河南省汝州市著名的宋代汝窑遗址——严和店窑附近的一个村庄，从小耳濡目染，对汝瓷情有独钟。在汝瓷行业摸爬滚打近20年后，他被任命为汝州市国营汝瓷厂厂长。但因种种原因，国营汝瓷厂不久后被改制，范随州被称为“最后官窑窑主”。上世纪90年代，范随州、王振芳夫妇成立了自己的个人工作室，从此夫妻俩并肩走向汝瓷传承之路。经过近20年的坚守，汝瓷发展迎来了春天，成为国家级非物质文化遗产。王振芳、范随州夫妇创立了“弘宝汝瓷”品牌，专门研究、开发仿古汝瓷和现代工艺瓷。公司占地两万余平方米，拥有两个研究所，两个生产基地，一个汝瓷烧制技艺传承基地，一个中原古陶瓷标本博物馆。他们获得的国家发明、实用新型、外观设计专利近200项，系河南省非物质文化遗产生产性保护示范基地。弘宝汝瓷系列产品被评为河南省名牌产品，“弘宝斋”商标被认定为河南省著名商标。弘宝汝瓷在全国开了20多个门店，拥有员工近百人。更令人欣慰的是，王振芳、范随州夫妇不是“一个人在战斗”。除了弘宝汝瓷，汝州市现在拥有朱氏汝瓷、玉松汝瓷、廷怀汝瓷等从事汝瓷生产、经营、销售、研究的企业120多家，年产汝瓷200余万件。除了仿照传统，还研究开发出200种以上的汝瓷新品种，产品远销日本、新加坡、美国等30多个国家和地区，年

产值近3亿元。汝瓷走上了产、学、研全面发展的良性发展道路。王振芳、范随州说，近年来，汝州市委市政府和汝瓷从业者在做大汝瓷产业方面进行了以下探索。

建成汝瓷文化产业园。汝瓷文化产业园是汝州市联合香港凯德国际投资集团有限公司共同打造，以政府为指导，以市场为手段，以企业为主体，以文化为平台。日常运营由汝州凯德产业发展有限公司负责。汝州文化产业园占地300多亩，是全国最大的汝瓷产业基地、汝瓷产品交易中心，也是国家级文化产业示范园区，国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地。

打造汝瓷特色小镇。集合汝瓷文化产业发展的基础和优势，依托宋代谢址群的历史积淀，利用汝河两岸的优美自然风光，打造了一个集文化、产业、旅游、生态和养生于一体的艺术古镇。小镇占地12平方公里，建有中国汝瓷博物馆、汝瓷文化遗址公园、汝石文化展示中心等。

打响汝瓷文化品牌。近年来，汝州市连续举办了多届中国国际汝瓷文化节（周）。艺术节（周）活动内容十分丰富，有民间藏品鉴赏活动，汝瓷仿制品展示活动，中国历史名瓷烧制技术大赛，还有中国历代名窑当代名家作品展，中国历史名瓷传承和发展高峰论坛、研讨会等主题活动。同时连续举办了六届中国汝瓷杯全国书画作品大奖赛和招商引资洽谈会。这些活动的持续举办，扩大了汝瓷在国内外的知名度，拓展了汝瓷市场，促进了经贸交流。

创立叶大年院士汝瓷研究基地。2017年3月7日，汝州市人民政府与中科院地质研究所叶大年院士工作室签订合作协议，成立了“叶大年院士汝瓷研究基地”。该基地对汝瓷关键矿物原料的矿藏储量及可使用年限进行了勘探和测定，对汝瓷缺陷进行了系统研究并提出了解决方案，同时对汝瓷外延产品进行了开发研究。王振芳说，通过

地合作，提升了汝州市的泥、釉料研究水平及开发利用，促进了产业升级，更重要的是把汝瓷的研究上升到理论高度，确立汝瓷在当代艺术陶瓷界的话语权。

作为汝瓷烧制技艺传承人，王振芳、范随州饱尝传承之路的艰辛与苦楚。从“夫妻店”到拉起近百人的队伍，他们在探索中付出了巨大的努力。王振芳说，非遗传承不能光有“情怀”，还要让自己过得学，跟着做，非遗传承才会后继有人。他们的主要做法是：

其一是坚持“两条腿”走路。“一条腿”是钻研传统的汝瓷烧制

技艺，继承好这门“武功秘籍”，制作出精美的艺术品，占领汝瓷烧制技艺的“制高点”。但这些艺术品因纯手工烧制，成本高、成功率低、产量也不大，还费时、费力、费钱，要靠艺术品“吃饭”可能不行。为此，他们提出“艺术用品高端化、生活用品艺术化”发展思路，推动汝瓷走工业化、规模化、市场化道路。近年来，他们研发生产的茶具、餐具套装及生活装饰品销路很好，给他们带来了可观的经济收益。王振芳坦言，没有后顾之忧，方能潜心创作。

其二是创新而不忘本。王振芳、范随州坚持吸取历史的营养，同时在实践中不断创新。他们认为，在保持‘汝瓷’韵味的“摹古”中，不能丢掉它原本所具有的韵味和意境。盲目追求新奇特，那是没有意义的。

其三是坚守品质。按国家标准，珍品级的产品允许有4个不明显的缺陷，但汝瓷的企业标准是一个也不行，只要有一点瑕疵，就砸了。他们每年砸碎的瓷器有数十吨。2005年，汝瓷成功申报成为地理标志保护产品。范随州与陶瓷界资深专家朱文立等一道还起草了《汝瓷国家标准》，2009年由国家质检总局正式发布。从此，汝瓷质量的好与次有了统一的衡量标准。



工艺美术大师、汝瓷协会会长范随州。

工艺美术大师、汝瓷烧制技艺传承人王振芳。（周建平 摄）

汝瓷传承发展的启示



当前，非物质文化遗产传承过程中，出现了几家欢乐几家愁的局面。做得好走上了市场化、规模化、产业化道路，取得了可观的经济效益，传承人名利双收。做得不好的惨淡经营，勉强维持，有的甚至濒临失传。汝瓷烧制技艺传承发展至少给我们以下几方面的启示：

政府到位不越位。汝州当地政府引导汝瓷行业发展时，厘清了“市长”和“市场”的职能。比如发展初期，出台扶持政策，制定产业规划，打响汝瓷品牌；当企业发展遇到瓶颈、需要

智力支持时，由政府出面引进了顶尖智囊；当行业发展到一定规模，却又出现乱象时，及时推动行业标准出台。对于应该“市场”管的事，比如企业自身发展、汝瓷小镇运营、产业园区建设等，没有大包大揽，而是引入战略资本，按市场规律运行。

既要坚守传统，也要敢于创新。汝瓷烧制技艺在传承中继承了优秀的传统，也引入了现代科学技术，尤其是产业化问题的解决，使得汝瓷用品走进千家万户，而不只是博物馆玻璃柜里的展品。

既要重情怀，也要懂市场。很多老艺人对非遗传承情有独钟，甘守清贫，一辈子致力于非遗技艺传承，但到最后还是出现后继之人的尴尬局面。王振芳、范随州认为，非遗传承人一定要利用非遗技艺找到一条“活路”，

让自己过得“滋润”了，传承之路上才会出现更多的同路人。所以传承人要研究和消费者心理，要懂得包装和营销，努力让自己成为一多面手。

不能单打独斗，要抱团取暖。一个好汉三个帮，一个篱笆三个桩。很多非遗项目是“孤本”，“绝学”，掌握技艺的人很少，了解的人也不多。走规模化道路，一定要扩大非遗的影响力和参与度。非遗传承人要积极开展非遗普及活动，利用讲座、办展等，普及非遗知识，让更多的人参与其中。汝瓷烧制之所以成为当地的支柱产业，是因为有上百家企业、数万从业者。大家既相互竞争，又在竞争中借鉴、提高。“抱团取暖”还包括上下游产业链的均衡发展，产、学、研同步前进，相互促进。

（崔小明）