

《东北警察故事2》映后引关注——

小成本不减质

□本报记者 李雪昆

7月8日,动作电影《东北警察故事2》登陆爱奇艺后,获得豆瓣开分7.3,爱奇艺云影院PVID(优质/高端视频点播)最高分9.5分,上映2小时便冲上云影院热度第一好成绩,评论区用户更是留言“9元花得值”。一时间,爱打抱不平的警察李红旗再度“走红”,他和同伴们对正义光明的不懈追寻与坚守,引发了观众的共鸣,更引发了行业对于云影院模式的探讨。

鲜明标签获认可 扎根生活引共鸣

2021年,《东北警察故事》上映后,凭借着重拳出击、热血鏖战成为口碑佳作。此次的《东北警察故事2》虽是第一部“前传”,但仍以热血警察扫黑除恶的精彩故事为脉络。观影中,观众留言“惩恶扬善!这就是我心中李红旗!一直在为正义发声”“好看,又重看了第一部”“打戏真的很精彩”“幽默的点恰到好处”……不难看出,“纯粹的動作,适时的笑点”已成为《东北警察故事》IP的标签。

该片导演秦鹏飞、杨秉佳在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时不约而同地表示,创作之初就将这一IP定位为内地动作片。因此,情节发展始终围绕动作场景设定,不会为了展现动作而脱离剧情,正所谓打斗不是为了比武斗狠,而是惩恶扬善。

杨秉佳进一步说道,有一个好故事的包裹,在其中加入对于现实的观照,才能够让观众对于惩恶扬善产生深深的共鸣。而且,“东北警察故事”系列加入了很多东北喜剧元素,不仅能消解故事带来的紧张感,还能让观众充分感受到东北城市的气氛。

“影片故事是下沉、接地气的,我们的初衷很简单,就是让观众感受到讲述的这些事在身边随时可能发生的。”该片总制片人魏君子告诉记者,从第一部作品的雏形期便想传递一个理念——警察没有假期。所以第一部的故事从警察休假过程中开始讲述,场景设定在一座东北小镇,各种生活化的人情世故融入其中,这一本土化的设定快速引发了观众的共鸣。

拍摄过程中,两位导演通过不断沟通与修正,在动作戏发挥更大效果并与剧情相契合上找到最佳平衡点。在两部



“东北警察故事”中,观众对大巴车、小轿车、卫生间等狭小空间的动作戏印象深刻,对此,秦鹏飞坦言:“源于有限的预算,大场面我们不敢想,但又想给观众带来新的视觉体验,因此做出了这样的选择。但并没有因为空间小、场景小而弱化视觉效果,始终力求把动作戏做到极致。从播出效果看,得到了观众的认可。”

“因为动作戏中加入了综合格斗、中国式摔跤等元素,拍摄前期我也做了较长时间的准备。小空间的大动作呈现是片中的一大挑战,但也正是不断突破动作片的视觉想象,才呈现出了现在的效果。”主演谢苗说道。

另辟蹊径谋发展 动作类型仍可期

对类型的正确理解,以及具体操作过程中的成本控制,是“东北警察故事”系列成功的基础,其对仍在转型期的网络电影市场也有着一定启发作用。

对于小成本如何赢得大市场,杨秉佳的感触是要突出重点而不是面面俱到。“由于预算有限,要让各岗位各环

新模式拓发行

节的能力、长处发挥到极致,尽量在一部影片中找到一个需要极致突出的点,将力量聚于一处,而不是分散布局,‘东北警察故事’系列的突出点就是动作戏。”

谈及动作戏、功夫片,近年来一些人认为,在老一辈动作演员逐渐隐退,华语动作片青黄不接的情况下,如今中国的动作片市场几乎走向没落,但《东北警察故事2》再次让我们看到功夫片依然有市场。

“动作电影经历过一段时期的低迷,很多人不愿意触碰。但是,市场不能仅仅充盈着所谓的‘热门类型’,毕竟平台爆款只能提供短期参考坐标,潮流都是在不断变化且有滞后性的。我们就想呈现一种崭新的风格,于是把动作警匪片作为了我们的新赛道。”秦鹏飞说道。

魏君子表示,技术门槛高、中青年动作演员少是中国功夫片市场下滑的原因,但功夫片始终是全球影视最有市场的类型之一,观众越来越追求真实感也是潮流。“动作、警匪、武侠都是市场的主流,只不过随着观众看多了、类型片创新不足等原因慢慢走向了低谷。但只要我们再制作出好的作品,这股潮流还能回来。”

作为动作演员的谢苗结合自身体会谈道,功夫片也好,剧情片也罢,好的人物和故事情节才是根本,动作戏的加入无非是让观赏性得以提升,如果不去强调故事和人物关系,只靠单纯的打戏吸引眼球,是违背了功夫片发展规律的。唯有在故事上再多花一些心思,将动作戏不违和地融入其中,功夫片才能一步步向好发展。

云影院模式助力 质量提升有动力

这不是《东北警察故事2》团队与爱奇艺云影院的第一次合作。去年,由原班团队打造的《目中无人》上映时,通过爱奇艺云影院发行收获了近3000万元总票房。

“云影院首映”这一网络视听平台发行方式,让制片方可通过片方自主定价、用户单片付费的分利体系获得相应票房收益。对此,魏君子表示,“对于真正潜心于内容本身、靠质量驱动的制片方来说,这样的合作模式是更

加公平透明、健康发展的,其To C(面向观众)的模式与院线逻辑相同,是一种市场评判机制。同时,云影院对于中小成本的影视作品是很友好的,其不像院线电影动辄需要两三千万的宣发成本,可以帮助片方有效控制成本。”

正如爱奇艺电影及海外业务事业部总裁杨向华所言,电影院之外,以互联网为核心的电影在线交易平台能够以更成熟的商业形态创造更大的线上票房,成为中国电影产业发展壮大的第二个支柱。

记者发现,如今爱奇艺云影院内容的新供给更加丰富多元,除“云影院首映”合作模式发行的网络首发新片之外,还扩容吸纳了更多院线及海外新热电影,如《致命感应》《金爆行动》等。其中《金爆行动》上线19天(总分账周期215天),单片点播付费票房便已突破1000万元。截至6月1日,该片总票房已超2500万元并仍在增长,这也成为今年第四部爱奇艺“云影院首映”模式发行票房破千万的作品。

杨秉佳认为,云影院模式考验着每部影片的质量,对网络电影市场的高质量发展是一种助力。在庞大的用户池中,只要内容经得起市场检验,就能撬动更高的票房分账。这不仅是创作者增加收入的一种方式,更是整个影视行业优化商业模式、追求长期发展的一种方向选择。

对于不在少数的网络电影而言,这些年大多是靠视频网站的补贴过活,但这不可能取得长足且持续的进步。“当我们的合作模式改成取消评级、按时长分账,并且票房充分透明之后,在整个公司的内容规划上,突然亮了一盏‘灯’。他们更愿意来与爱奇艺一起生产更好的电影项目,并且为每个项目选择最适合的发行模式。”爱奇艺副总裁、电影中心总经理宋佳进一步说道,过去,平台定级很大程度上决定了一部影片的命运,但云影院模式让每一部作品站在同一起跑线上。同时,取消原来以定级为推广标准的方式,为用户选择意愿更高、播放时长更长、口碑表现更好的内容提供更高效率的推广资源,从而把市场选择权交给观众。

“虽然未来走向无法预测,但可以肯定的是,网络电影和院线电影是趋同的,都是好的内容才会有好的结果。”秦鹏飞强调。

微短剧《我是名角儿》: 借国潮致敬国粹

□本报记者 杨雯

自7月28日以来,由北京市广播电视局指导,北京八月映像影视有限公司、抖音文化(厦门)有限公司联合出品制作的文化传承题材网络微短剧《我是名角儿》在抖音平台播出。该剧讲述了从小跟着母亲学习唱念做打的北京女孩金豆,因给流行歌手演唱京剧副歌而意外“走红”,后在恋人与好友的帮助下,回归京剧舞台,与病愈的父亲一道,实现京剧传承与发展的故事。

“一部好的影视作品不仅仅是一段传奇故事,也是一个文化载体。它要有灵魂,不单单是小人物的家长里短、生活无常,还要有文化精髓。”该剧制片人霍宗慧对《中国新闻出版广电报》记者说道,《我是名角儿》将京剧经典与现代剧情相结合,以网络微短剧为载体,使受众在短期内能够迅速触及京剧魅力,以高效的传播方式为普通人展现出京剧传承的意义。

以新形式推动文化传承

作为一部以京剧传承为故事核心的网络微短剧,《我是名角儿》可以说是经典内容与全新形式的有机结合。对此,该片导演王宥皓表示,“传统文化艺术要发展,必须要有创新,通过和新媒体相结合的方式,可积极推动传统文化的传承工作,使京剧走进现代、走进青年人的视野中,得到更多人的喜爱和认可。”

我国微短剧受众规模正不断扩大,近半年内看过3分钟以内微短剧/微综艺/泡面番的用户占比已超过50%。在快手,2022年,微短剧日活用户已超过2.6亿,其中超半数的受众有追剧习惯,日均观看超过10集。

“微短剧快速发展并形成规模是市场规律使然,从一个侧面反映出人们对节约时间、高效娱乐的新需求。”在王宥皓看来,微短剧这一新的文艺形式继承了电影、电视剧等传统媒介的传播特征,《我是名角儿》正是通过这一新形式,试图探索中华文化遗产的新传播路径。

以新内容彰显北京特色

在风格特色上,《我是名角儿》彰显了浓郁的北京特色。故事主角是出生于京剧世家的北京大姐金豆,主场设置在胡同,一方面,潜移默化地展现了老北京胡同文化、北京特色美食与京剧艺术的融合魅力;另一方面,于情节中表现胡同里老一辈艺术家对国粹京剧的坚守与弘扬,以及新一代传承者们的守正创新,以北京胡同为纽带反映了京剧艺术的时代传承。

“北京胡同”这样一个场景设计,很好地连接了老一辈以及新一代。这样一来,故事的深度与广度都增加了。”王宥皓表示,实际上不仅是北京,从全国范围来说,传承传统文化都是带有青春色彩的时代故事。

交流中记者了解到,为了营造更为纯正的北京味与京剧味,导演和剧组美术道具组下了一番苦功夫,大到实景中的四合院及戏曲舞台,小到水杯、暖壶、冰箱、彩电等,不同的年代对应不同的道具、服装,考究的细节打磨营造了真实的人文气息和文化底蕴。

以新手法表现京剧魅力

《我是名角儿》还是一部对传统戏剧文化有创新表达的作品,以“京剧+流行音乐”的混搭模式,将国粹和当下国潮之风相结合,展现了一代年轻人对国粹京剧艺术的传承和弘扬,呈现了当代奋斗青年锲而不舍、努力拼搏的宝贵品质与精神面貌。

剧中,金豆重现了《穆桂英挂帅》这一经典唱段。为了能给受众呈现经典剧目,金豆日复一日勤加练习,克服障碍。一出《穆桂英挂帅》,英姿飒爽,气势如虹。尽管同样的唱段会有不同的演绎,但不变的是一代代传承者为了展现京剧魅力,敢于坚守,敢于突破的精神。

对于这一片段,霍宗慧印象尤为深刻。“可以说,京剧唱出了中国人的精气神,唱出了中国文化的昂扬不屈。我坚信京剧是值得我们自豪的。”她表示,这也正是自己选择这部剧的初衷,“如何用当代人的视角来诠释传统是我一直在思考的问题。随着时代变迁,受众的需求也会有所变化,选择这部剧是因为它能够承担起宣传传统文化的责任。”



《做自己的光》:于转折处破题成长

□本报记者 杨雯

当前,女性群像成长励志剧《做自己的光》正在优酷和江苏卫视热播。该剧打破常规女性题材剧创作模式,以传统电视行业发展变迁为背景,讲述了何欢(刘涛饰)、白杨(秦海璐饰)、赵媛媛(柴碧云饰)3位女主播突逢人生变故依然乘风破浪的故事。

剧中,具有共鸣感的新闻事件串联起3位女主角的职场与生活,外加颇具悬疑色彩的情节和惊喜感的演绎,为观众带来不一样的追剧体验。近日,导演余丁和编剧苏晓苑接受《中国新闻出版广电报》记者采访,分享了剧集的幕后故事以及创作体会。

见证媒体融合进程

很多普通观众可能不知道,苏晓苑曾在成都电视台工作二十余载,做过热线员、记者、策划、导演,跑过一线新闻,也做过招商业务。“故事里的大多数情节都是我经历过的,或者是我作为旁观者看到过的。”苏晓苑坦言,《做自己的光》与自己的经历息息相关,甚至可以说是共同成长。2005年,尚在成都电视台工作的苏晓苑萌生了将媒体人的经历写成故事的想法。因为人生很长一段时间,她都浸润在新闻媒体中,使得她对这个行业有着很深的感情。

虽然后来苏晓苑离开了新闻一线,但是此次为《做自己的光》,她专程前往成都电视台和四川电视台“补课”,重返新闻现场,参与转播采访,和至今奋斗在一线的同事、朋友聊工作日常、细节。同时,她还专程邀请新闻一线的同事担任策划,并在成片的过程中请新闻战线的专家、前辈提供建议和意见,从而为观众呈现出一个真实、立体的当代新闻职场。其中,最有突破性的就是聚焦传统媒体转型新媒体的阵痛,让人们看到了媒体行业真实且具有挑战的一面。

“我亲身经历过传统媒体过往的辉煌,也面对过社交新媒体带来的强烈冲

击,更看到如今传统媒体与数字技术有效融合后,走出发展低谷,迎来新的篇章。”作为传统媒体向融媒体转型的亲历者,苏晓苑敏感地觉察到,无论是基于自己对于传媒行业的深厚感情,还是行业本身起伏的社会意义,这个转型期都值得自己去记录,值得写成一个故事,讲给所有观众。

剧中,何欢主持的是文化情感类节目,白杨主持的则是社会新闻。比起何欢,白杨更理性,知道何欢主持的《一本好书》需要改进,因此她直接给好姐妹的节目打了零分。这并不是出于嫉妒而是想提醒她,世界早就不是10年前的样子了。面对新媒体的突袭,传统媒体不改革就要死。对于这一细节,相信所有媒体人看到后,都会会心一笑。

到了剧情后期,在实现个人梦想之后,何欢和同事开始积极探索传统媒体的融媒体转型之路。在网络博主蒋俊豪的帮助下,何欢投身时代大潮,创办自媒体获得成功后,又积极投身电视台的融媒体建设。这一结局,也印证着如今“推动媒体融合向纵深发展”的战略方向,展示了当下媒体人推进传统媒体和新兴媒体优势互补、深度融合的不懈努力。

展现当代女性风采

近年来,我国涌现出多部聚焦女性题材的优秀作品。苏晓苑认为,各类展现女性力量的电视剧见证了女性的多彩魅力,“百花齐放下,有一点是相通的,我们都想写一些美好的女性,写一些自己欣赏的女性形象。”

在《做自己的光》中,何欢、白杨、赵媛媛3个人映射三类人,展现了当代女性的风采。苏晓苑也给出了自己的详细解读:何欢作为资深女主播,知性、优雅、能力出色。更可贵的是,她懂得止损,能够在最短的时间里找到问题,然后放下,朝着新方向大步走去。白杨是骄傲的,骄傲来自于自信,自信则源自于实



力,而实力的本质是基于她对事业的热爱。但是她太过刚硬,这也是她的性格缺陷,学会柔软,正是白杨的成长。赵媛媛更像是当下生活中最常见到的年轻女孩,她们生命力强,对于未来有无穷的好奇和渴望,而且敢于尝试,有着年轻人特有的朝气、活力和魅力。

同时,3个人不是割裂的,她们之间实打实的友情、正大光明的竞争在丰满了自己形象的同时,也为“女性互助”这个议题做出了新的注解。剧中,何欢主持的读书栏目模式陈旧,收视垫底,白杨在内部打分时不徇私情给何欢的栏目打了最低分,看似不近人情,实则是将何欢从往日成绩的幻象中敲醒;白杨因为新闻头条质量不佳而大发脾气,急需何欢的高质量内容救场时,何欢趁机要求白杨

向自己、向同事道歉,看似落井下石,实则是让白杨能够感受到合作和搭档的重要;白杨跟赵媛媛因为节目质量和广告招商孰轻孰重意见相左,不同立场展现两位女性的专业与坚守,也在分歧中让两人看到了进步的空间和可能。

激发自我内心力量

在余丁看来,《做自己的光》虽然是女性题材作品,但是有着自己鲜明的特色。除选取了中国电视圈鲜有涉猎的电视台发展作为行业背景之外,还展现了媒体职场女性在大时代浪潮中的选择与坚守,“剧中的职场女性在中年时期,事业各方面遇到困难挫折的时候,都能够坚持重新站起来,最终获得生活上和事业上的成功,也希望借此鼓舞每个尚在困境的个体,勇敢迎接属于自己的光芒。”

苏晓苑也提到,剧中3位年龄不同、成长环境各异的女性,尽管遭遇了来自现实的困扰,但都一步步激发出自我的内心力量,完成自我蜕变。3位电视台女主持人身上的压力、烦恼,贴近现实生活中的职场女性生活,或许每一位观众都能从中窥见自己的影子。同时,剧中主人公不断向上的人生,或能为观众带来如“光”一般的力量和慰藉。

不过,由于传媒行业具有较强的独特性,应该如何与观众共情?苏晓苑透露,对于这一点,主创团队也曾一起讨论过,结论就是具体的行业并不重要,真正令人共情的一定是生活或者工作中所经历的困苦和自己永不放弃的希望。“行业不是共情的基准点,付出汗水后获得的喜悦才是。”

“我们每个人都是我们自己,同时我们是我们自己的光。”苏晓苑表示,生活有的时候是困难的,有的时候是孤独的,可是,“不管周围的环境是什么样,不管它是过去,当下还是未来,我觉得‘做自己的光’应该是个永远的命题。”