



## 影·评

《志愿军：存亡之战》  
铁血英魂铸就钢铁防线

□晓筠



作为电影《志愿军》系列的第二部，《志愿军：存亡之战》上映以来备受瞩目，票房成绩和中国电影观众满意度调查结果均超过第一部《志愿军：雄兵出击》，彰显了该片的高水准制作和观众的高度认可。《志愿军：存亡之战》真实还原了抗美援朝战争第五次战役的铁原阻击战，影片中恢宏的战争场面和激烈的搏命厮杀增强了可视性，志愿军战士炽热的爱国情、父老兄妹血浓于水的亲情，以及生死与共的战友情提升了影片感染力。

笔者以为，该片尤为值得称道的，是把据反反映到铁原阻击战这一敌我兵力相差悬殊、阻击任务艰巨的真实境况。此役粉碎了美军抢占铁原、摧毁志愿军后方基地和交通枢纽的企图，为稳定朝鲜战局局势作出重大贡献。影片中作战场面十分震撼，令人目不暇接，叙事节奏明快紧凑，让观众仿佛置身于战场之中。

影片较为新颖的地方，在于从归国军事专家吴本正的人物视角，突出且生动地表现出敌我武器装备力量的差距，衬托出志愿军战士顽强抗击美军4个师的轮番进攻，鏖战12日、歼敌1.5万余人的壮烈之举。影片中，吴本正在了解战士们在战场上武器使用的情况时，“逼近进攻”打破了他对常规战场的认知，也让观众深刻体会到，志愿军战士是靠着自己的血肉之躯与钢铁猛兽进行战斗，他们用火箭筒、爆破筒、炸药包和轻武器等有限火力同敌正面抗衡，展现了崇高的革命英雄主义精神和牺牲精神。

有别于《志愿军：雄兵出击》的宏大叙事，《志愿军：存亡之战》以细腻温情的亲情线索贯穿全片，让志愿军参谋李默尹和一双儿女——营指导员李想、对敌英文广播员李晚融进入到具体的战斗故事中。因此，战争中的人物成为该片的切入点，家庭戏份成为该片与观众产生情感共鸣的重要手段。在影片开头，三人在家中经历短暂的相识重逢后，分别以不同身份投入战场，他们各自坚守自己的岗位、完成自己的职责使命，在战地团圆也在战场上天人永隔。这个小家庭正是所有志愿军对家与国深切眷恋的缩影，这样的设计让该片情感底色于波澜壮阔之外更多了一层细腻温情，让观众在观影中感受到“大国”与“小家”的双重情感力量。

影片中，道具的隐喻成为亮点，写意化手法频频出现。例如代表家和亲情的钥匙总在李默尹手中摩挲，夹在笔记本里的干花不仅是妹妹李晚融哥哥李想的念想，更是志愿军战士手中传递的希望和理想。还有彭德怀总司令送给李默尹的一颗糖果，在影片中几个主要人物间几经辗转，片尾李想牺牲前细嚼糖纸的一幕令人印象深刻。这颗糖果连接起大家与小家，寄托着中国人民对于志愿军战士的牵挂和战士们深沉的家国眷恋。这些“四两拨千斤”的手法，对表现饱满情绪和深沉情感有极大的助力，从中也能看到创作团队精雕细琢、耐心打磨的痕迹。

影片的群像塑造有新意。吴本正和张孝恒的人物关系变化刻画得颇为出彩，两人从最初的陌生粗犷，到并肩默契作战，最终以张孝恒的悲壮牺牲为两人的生死情画上辉煌句点。战损记录员是国产战争片中鲜见的角色，影片中杨三弟的任务是把战斗中牺牲战士的番号 and 姓名记录下来，在一场场战斗的磨炼下，他也从一名稚嫩的新兵成长为一名积极奔赴战场的真正战士。此外，遭受战争创伤的副连长孙醒、直面内心恐惧的战士杨传玉等人的塑造，都表达出创作者对于人物战时心理的关注，体现出人文主义关怀的脉脉温情。

《志愿军：存亡之战》作为《志愿军》系列电影的第三部，既在主题思想和剧情铺陈上延续了第一部作品，也展现出更多维的叙事空间和更充沛的情感张力，这样的故事值得当下的人们去了解，去致敬！相信等到未来第三部收官之作上映时，定会完整地描绘出抗美援朝战争的历史脉络，书写好这段人民军队历史上的辉煌篇章。

## 当熊猫IP遇上功夫喜剧——

## 讲好我们自己的熊猫故事

□李咏瑾

论近期欢声笑语最多的影厅，必然是放映合家欢电影《熊猫计划》的影厅。该片讲述为了保护熊猫幼崽呼呼，国际功夫巨星携手金牌经纪人和熊猫保育员组成夺“宝”联盟，与国际犯罪组织展开斗智斗勇的故事。

自上映以来，《熊猫计划》显示出其慢热且稳定的走势，随着口碑的持续发酵，票房及排片曲线双双上扬，证明了熊猫+功夫的组合，依然能击中不同年龄段观众的心窝。观众的评价“能让你笑得很纯粹”，证明了影片“真·合家欢喜剧”的含金量。

## 让观众毫无负担大笑一场

曾经，为了应对电影市场的激烈竞争和观众愈加挑剔的口味，电影作品往往更习惯于大做加法。以喜剧电影为例，仅仅逗人一笑仿佛太过浅薄，必须要展现更为深刻的内涵和值得思索的意蕴：要么是小人物悲欢离合“笑中有泪”，要么是笑容下另有面具、层层反转之后“别有洞天”，而甚少有人记得喜剧电影的初衷，就是让不同年龄段的观众可以放松下来，毫无负担地大笑一场。

作为成龙经典功夫风格影片，《熊猫计划》老老实实做喜剧，剧情简洁，没有过多支线情节的干预，也没有过分的强煽情桥段，这使得故事节奏推进较为流畅，喜剧元素也得到了淋漓尽致发挥，尤其是片中各方力量与熊猫幼崽呼呼之间的反差萌，给观众带来了密集笑点，很好地回归了喜剧电影的娱乐本质。

作为成龙系列功夫电影，也是继《A计划》《飞鹰计划》《宝贝计划》之后的又一“新计划”，《熊猫计划》的内核是成龙电影中惯用的夺“宝”之战，热血的主角团搭配蠢萌的笨贼也是成龙电影中的惯常设置。其中，动物园追



逐、货仓打斗等戏份运用了观众极为熟悉的“超级市场功夫模式”，引发了观众们恍如昨日的怀旧之感——主角飞车、跑酷、武打等动作依旧丝滑，在有限的空间里上蹿下跳、借物打物的观感令人如此熟悉，而时光一晃，距离那个年轻的成龙初登银幕展现他的世界探险之旅，已经过去了近半个世纪。虽然成龙的身手已不再如当年那般干脆利落，但仍旧在《熊猫计划》中竭力奉献出了诚意十足的打斗，就像他在剧中借主角之口自道：“我也会怕、会痛、会累，但只要听到‘action’，就能变成那个无所不能的‘英雄’。”此时，片中主角打破了电影的第四堵墙，向观众展现出一种敬业的纯粹。

## 这世界上谁能不喜欢“墩墩”

在《熊猫计划》中还可以发现，近年来，功夫电影的核心属性已经发生了较为明显的变化，由原先故事内核紧密依托功

夫，着力于塑造主角的侠义形象，转变为在功夫中注入更多市场化的热点，以此进一步吸引观众的眼球。这一点在成龙若干年前的电影《宝贝计划》中已有了较为成功的尝试，那时片中的萌娃与今天片中的熊猫呼呼所展现的“萌”对观众的吸引如出一辙，区别在于，熊猫这一IP在当今的公众讨论语境下，拥有更为强烈的热度。毕竟，这世界上谁不喜欢“墩墩”呢？

与之相对应的是，我国电影界挖掘“熊猫”这一热门IP的力度依然还不够。提起近年来大银幕上具有全球影响力的熊猫电影，观众第一时间想到的，或许依然是好莱坞动画电影《功夫熊猫》系列，而且该系列也同样是以熊猫+功夫作为卖点。这不能不引起中国电影人的思索：“我们有功夫，我们也有熊猫，为什么我们不能拍一部属于我们自己的熊猫电影呢？”如今，《熊猫计划》登上大银幕，某种程度上来说，我

们完成了属于自己视角的“熊猫文化叙事”，但对于“熊猫”这一驰名世界的大IP而言，仅仅靠这一部影片的展现，依然远远不够。

《功夫熊猫》系列共有4部，其票房、热度长盛不衰的原因，绝不仅仅是片中种种推陈出新的热闹场面，更有主角熊猫阿宝在“行侠仗义、保护百姓”的自我定义中不断成长，一步步实现自我超越，其形象光谱得以大幅延展。而如何讲好熊猫故事、进一步以电影为媒介用好“熊猫”这张世界级文化名片，值得更多的电影人思索。

## 无论带谁来看都合适

《熊猫计划》的成功，也促使电影行业进一步关注合家欢这一细分领域，以及其在下沉电影市场中所拥有的强大生命力。相关数据显示，在今年国庆档电影中，《熊猫计划》家庭观影占比最高，双人观影和多人观影占比明显。在三、四线城市中有明显的长尾效应，具有下沉市场优势。探其背后原因，皆因为《熊猫计划》“无论带谁来看都合适”，满足了多人群观影需求，因此，有着持续的票房号召力。

不只是国庆档，在春节档和暑期档，合家欢电影同样有着独特的优势。回想去年暑期档的票房黑马《长安三万里》和今年暑期档爆款《抓娃娃》，无不是踩中了合家欢电影的瓜，让不同年龄段的观众在其中得到了各自想要的情感寄托，而《熊猫计划》中孩童视角的熊猫之萌与成年人视角中的功夫怀旧再一次实现了这种微妙的平衡，这也让很多电影从业者不由心生慨叹：“观众的审美喜好是多么的难以捉摸，又是多么的简单纯粹。”可观众的爱本身就是一种检验电影是否成功最为客观的标尺，这也是任何电影人都不应遗忘的初衷。

## 《出入平安》引关注，期待重回大银幕——

## 真实历史背后闪耀人性光辉

□本报记者 李雪昆

10月3日晚，一则由电影《出入平安》片方发布的“致每一位和我们一起努力守护小平安的朋友”引发关注，因其自9月30日上映以来，排片率始终不高，故宣布退出国庆档，择期再见。但该片的制作突破、艺术塑造、人文内涵等依然值得业界探讨。

日前，在由中国电影评论学会、中国电影基金会钟惦棐电影评论发展专项基金等联合主办的《出入平安》专家座谈会上，来自业界、学界、评论界等的专家代表与影片主创一道，围绕该片的类型探索、群像塑造等进行了深入探讨和交流。同时，针对影片后续的宣传发行工作，专家代表也从多角度给予了建议和支持。

《出入平安》由肖央、阿云嘎、古力娜扎、黄小蕾等主演，根据真实故事改编，讲述了死刑犯郑立棍在押运途中突遇地震，在天灾面前经历艰难抉择，以郑立棍为代表的囚犯和以尉迟晓为代表的警察合力解救灾民的动人故事，展现了极端背景下复杂的人性冲突。

## 用“公路片”“反差式”破题

“我们是国庆档第一个定档的，也是第一个撤档的。”导演刘江江如此开场，并表示“感谢大家给我们的鼓励和支持，也感谢大家的批评和建议”。谈及创作历程，刘江江表示，自己花了很长的时间去破题，最终决定用“公路片的类型结构”和“反差式的戏剧前提”，来创作“一个有突破性的灾难电影”，警察和一群囚犯组成的救援队，出入一个个灾难现场，在新中国历史上的灾难时刻，这些人反而展现了他们人性中的高光。同时，影片还移植了众多民间文化元素，以展现“中国人面临困境和死亡时的消解方式和价值观念”。“影片肯定是有遗憾的，不是完美的作品，作为一名导演，最重要的是在逆境中寻找希望，把阻力转化为动力，我觉得我们在爬坡中，在成长中。”刘江江说道。

片中饰演女主角木春桃的演员古力娜扎看来，影片讲述的不仅是自然灾害带来的冲击，更是人性在极端情况下的一个真实反映。“遇上这样的事，成为木春桃是我的幸运”，古力娜扎动情地说道。同样被角色所打动的还有饰演医护人员白素娥的黄小蕾，“白素娥是一个逆商很高的人，在逆境中的抗压能力恰好是人性中最冷静、独立、温暖的部分，她是千万医护人员缩影中的冰山一角”，谈及该片时黄小蕾表示，影片塑造了一



系列勇敢、坚强、有责任心的女性角色，希望通过这部电影让更多观众感受到女性的力量。

对灾难场景的建造，视效指导宋鹏和美术指导王阔现场讲述了更多的幕后故事。影片90%以上的场景都是各种各样的废墟，既要符合当时历史的环境，又要符合演员表演的环境，在技术上可谓较大的挑战。为了还原历史真实感和临场感，整个团队付出了很多努力，“视觉上虽然是地震的背景，但并未追求轰轰烈烈的大场面，或者是炫技，而是要呈现地震带给我们每个人的切身感受——千千万万家庭的破碎和无力。”

湖北长江集团创投中心总经理胡博作为出品方代表直言，影片最打动自己的是那段真实的历史背景，“这是一段鲜有人知道的历史，将其搬上大银幕，是电影人非常纯粹而伟大的情怀。”她表示，影片没有侧重于描写悲壮的灾难场景，也不只是琢磨于救援团身上的英雄主义，更没有流俗于消费苦难、贩卖苦难，而是始终运用较克制的镜头呈现人物身上最鲜活的一面，“希望这部影片被更多人看到。”

## 喜剧式处理化解灾难沉重

“影片在制作层面和剧作层面的完成度很高，写出了灾难下人性的闪光和人间的温暖。”中国电影评论学会会长饶曙光认为，美术、视效团队把地震后的灾难场景高度还原到大银幕上，体现了中国电影制作水平的不断提高。作为一部灾难片，影片体现了较强的戏剧张力，主角之间的猫鼠关系富有新意，喜剧式的处理化解了

灾难的沉重，尤其是生死离别的隐喻表达，也让影片内涵更为丰富。“希望我们的电影不被市场埋没，要千方百计实现电影与观众的双向奔赴。”

中国艺术研究院研究员、中国电影评论学会荣誉会长章柏青则谈到了导演和摄影组的严谨与用心，“这是非常有勇气的影片，既是一部灾难片，也是一部艺术片，不同于以往对灾难本身的描述，更多关注了历史，将人性放置在更为广泛的讨论范畴中去塑造，在平静之中催人泪下”，“没有回避地震的惨烈，却并不让人恐慌，这也是现实主义影片的一种魅力”。

原国家广电总局电影局副局长喇培康表示，影片将“在押犯人完成救赎”“人民警察在极端情况的温度执法”两个故事糅杂在一起，使得思想性、艺术性、观赏性高度统一，灾难片的背后闪耀着人性的光辉和对大爱的崇高礼赞。片中4个强烈的对比——警察犯人正反人物的设计、震前震后的两个婚礼、两个死刑犯的善恶对比、生与死之间的新生延续，是具有文学性的画龙点睛的一笔。

“感人心者，莫先乎情”，著名导演、中国夏衍电影学会会长江平直言自己多次被影片情节所感动。他表示，影片最打动他的地方在于三方面：其一是创意好，能够站在老百姓的角度写老百姓，提升了可看性，“只有心系人民、扎根人民、扎根生活之后，才能创作出这样体现基层的作品”；其二是演员表演好，肖央、阿云嘎两个角色的设计和把握十分到位，古力娜扎、黄小蕾、丁嘉丽等人的表演也让人印象深刻；其三是摄录到位服化

道精准，既尊重了地域文化差异，也精准还原了历史。

“影片表现出的灾难不只是画面本身的坍塌，也表现出了人们心理的坍塌。”中国艺术研究院影视研究所所长赵卫防认为，影片对人性本性的呈现十分充沛，郑立棍对拯救孩子老婆的执着与尉迟晓对警察职业的坚守，两个人本性之间相互交融和影响，由此串联起了各个角色，最终形成冲击观众的磅礴感染力。同时，他还认为，一般情况下，喜剧和灾难两种类型很难关联，但该片融合得很巧妙，具有一定的创新性。

《中国电影报》副总编辑张晋锋表示，这是一部现实主义精神和浪漫主义相结合的影片，放飞鸟笼、两场婚礼、集体读情书等桥段皆是对人性光辉的歌颂，体现了中国人的家庭观、生死观、世界观、价值观。影片丰富了灾难片这一中国电影的弱项和短板，能看到导演有意追求通俗化、大众化的努力，以及对个人作品风格化、个性化的坚持。

## 用影片的传奇性吸引观众

谈及影片撤档的话题时，中国电影评论学会常务副会长张卫认为，影片因多重原因而“生不逢时”。一方面是在有限档期内，观众的购买力也是有限的，他们会优先选择投资大、有流量、高口碑的影片，也就构成了同档期影片之间几十倍、上百倍的票房差别；另一方面是与上映档期的情绪差有关，国庆档需要欢庆的影片，影片沉重苦难的气质明显不占优势。

法治网研究院院长余瀛波则从新媒体传播的角度提出，在如今新媒体的传播新思路下，面面俱到反而会顾此失彼。因此，影片宣传要契合当今的传播视域，反而更需要一些特写式的宣传思路。

面对影片目前的难题，著名影评人、策划、监制谭飞强调，当前的环境下，一部电影的类型化标签尤为重要，一定要尽快找到影片与观众之间能够对应的情绪点，才能迅速打进市场、打开市场。此外，他还建议，目前观众更容易被个性化、人性化的人设所吸引，尤其是原创的真实故事，可以通过宣传影片的传奇性让更多的观众注意到这部影片的不同之处。

其他与会专家也纷纷表示，对于《出入平安》这样有深度、有质感、有力度的影片来说，后面的路还很长，要重新确定目标受众，精准寻找观众的共情点。毕竟，每部影片都有自己的受众群体，关键是要找到他们，并实现精准传播。