

网络电影正成为文化产业生力军

依托互联网生产、传播的网络电影是文化产业的生力军。自2014年出现以来,在市场需求、技术革新和政策完善的多重推动下,这个门类持续优化内容质量,通过题材类型多样化,科技创新及应用等多方面的探索,实现从粗放型增长向精品化制作的转型,形成独特的行业发展格局,并朝着高质量的方向不断迈进。

立足民族文化,开拓多样题材与审美风格

网络电影在发展初期曾出现过一些不良现象:如为获得更多商业利益,片面追求机械化生产、快餐式消费的短时效应,混淆低俗与通俗、欲望与希望、感官娱乐与精神快乐等概念,以出位内容博取眼球。面对这种情况,有关部门引导创作者尊重艺术规律,注重社会价值。由此,网络电影开始走精品化创作路线,通过更加新颖多样的创作风格,满足不同观众群体尤其是青年人的审美需求,获得了高口碑和高播放量的好成绩。

网络电影正积极开拓多元题材与审美风格。《目中无人》系列、《雪山飞狐之塞北宝藏》诠释江湖世界的英雄气概和侠义情怀;《以青春之名》通过集锦形式展现当代青年积极向上、勇于追梦的精神风貌;《特级英雄黄继光》《浴血无名·奔袭》打造属于网络电影的“新主流”作品,为网络受众提供价值引领。如今,创作者正通过探索不同题材、类型和风格,逐渐改变人们对网络电影同质化严重的刻板印象。

网络电影还不断深入生活,扎根人民,在类型生产中深化现实主义创作理念。《穷兄富弟》以器官移植话题为切入点,用温暖情感直击平凡人的内心;《前途无量》中的马尚,在困境中找到生活的价值和希望,激发观众对生命意义的探讨。这些影片以普通人的命运抉择和情感体验为载体,通过细节叙事和生活化表达,呈现真实社会中的各种变化和问题,以及人们的孜孜不倦、勇挑重担,进而展现中国故事的全新面貌,给予观众情感上的共鸣和思想上的启迪。

打开电影艺术与科学技术融合的新篇章

网络电影十年发展史,就是跨界融合、力求突破的进化史。依托数字技术与互联网平台的飞速发展,网络电影引入一系列前沿科技,推动视听媒介的多元融合,改变了传统影视行业的发展格局。

一方面,大数据、人工智能等高科技普及以及手持摄影、无人机等先进技术应用,使网络电影的制作水平不断提升。《雪山飞狐之塞北宝藏》中的特效镜头占比达70%,打造出“迷雾森林”“狼谷”“悬崖冰湖”等视觉奇观。另一方面,技术的进步也促进网络电影在媒介表现形式和观众互动体验方面的融合创新。在5G、VR、AR等



技术的驱动下,网络电影出现了很多创新形态的作品。如首部互动网络电影《画师》打造五个不同版本的结局,关于影片结局的讨论成为网络热议话题;游戏题材《硬汉神枪》构建元宇宙未来场景,以沉浸式互动体验增强观众的参与感。

创新技术的应用,拓宽网络电影创作边界,丰富网络电影的表现形式,提供更加多元化、个性化的观影选择。尤其是近年来,网络电影作为技术革新的先锋,正引领整个电影产业迈向以科技创新为驱动力的新阶段,打开了电影艺术与科学技术融合的新篇章。

整合线上线下资源,不断提升影响力

在政策与行业的引导下,网络电影的制作发行经历了规范化、专业化的过程。2018年,国家广电总局发布《关于网络视听节目信息备案系统升级的通知》,以统一备案的形式推动网络电影的正规化。2019年10月,在首届中国网络电影周上,中国电影家协会网络电影工作委员会联合爱奇艺、腾讯视频、优酷三大网络平台向全行业倡议,以“网络电影”作为通过互联网发行的电影的统称。2022年4月,国家广电总局办公厅发布《关于国产网络剧片发行许可服务管理有关事项的通知》,明确对网络剧片实施发行许可管理制度。同年6月1日起,国家广电总局对网络剧片正式发放行政许可,《金山上的树叶》成为首部获得“网标”的网络电影,标志着网络剧片管理从备案登记转向发放行政许可的渐阶段。

在管理日趋规范化的同时,网络电影不断探索创新商业模式。一方面,通过会员观看、单片付费、广告植入、衍生品销售等多元化营利模式实现收益;另一方面,推出点播模式、PVOD模式等多种播映模式,并积极探索院网融合、台网融合。

今年3月,《陌路狂刀》采取院线分线发行与线上云影院同步发行的创新模式,这不仅是对行业传统发行方式的突破,也为网络电影的长远发展提供了新的可能。随着院线合作的深化和宣发策略不断优化,网络电影与院线市场融合,打开了更广阔的发展前景。此外,北京市广播电视局联动北京广播电视台,于北京卫视晚间黄金时段开展“永不磨灭的信仰——主题网络电影展映”,让网络电影首次

登陆卫视黄金档,提升影片的覆盖率和影响力。这种思路整合线上线下资源,创新内容的分发模式,使网络电影的传播之路越走越宽。

增强海外观众对中国文化的理解和认同

随着全球影视和流媒体行业的迅猛发展,网络电影成为中国文化国际传播的新载体。中外影视企业、平台不断加强合作,逐渐建立国际发行渠道,一方面与国际流媒体平台的合作,让中国作品登陆全球性网络平台,增强中国视听产品在国际文化市场的影响力,另一方面推出海外版应用程序,逐步构建起自有的国际传播网络。这些影视平台的海外版应用程序,与在国际社交媒体上的官方账号,以及独立的微短剧App一起,构成多元化的国际传播矩阵,有效促进中国网络影视内容的海外发行。例如,由爱奇艺、索尼影视联手打造的《杀无赦》,除在爱奇艺平台上线,还传播到了全球近200个国家和地区。《天龙八部之乔峰传》在戛纳国际电影节亮相,并在海外院线上映。通过创新的叙事手法、高质量的制作标准,网络电影向世界讲述中国故事,在推动中国文化国际传播方面发挥重要作用。

除在渠道上探索网络电影走出去的路径,还应在内容上提升中国网络电影的辨识度,向世界观众展现中国形象。“中国电影学派”提出了理论与实践相结合,艺术与产业相结合的系统概念,是中国电影理论界一直以来关于电影“民族化”探讨的延伸。网络电影同样需要具有“中国电影学派”的创作自觉,坚持传承和弘扬中华优秀传统文化,向世界展示中国文化的博大精深。

随着中国文化的海外影响力的显著提升,网络文学、网络影视等成为加强国际传播能力建设的重要力量。网络文学加速出海,已覆盖全球大部分地区。据《2023中国网络文学发展研究报告》显示,截至2023年年底,网文出海市场规模超过40亿元,海外访问用户约2.3亿,覆盖全球200多个国家和地区。国内网络文学平台推出的微短剧App纷纷进军海外市场,将国内的微短剧模式成功“移植”到海外。网络电影也可以借鉴这些成功经验,创新叙事手法,促进跨文化交流,实施有效的国际化传播策略,增强海外观众对中国文化的理解和认同。

在加强对外文化交流和多层次文明对话方面,网络是最便捷的媒介,电影是观众最易于理解的形式。网络电影要抓住全球流媒体市场快速增长的机遇,搭建起中国人民同各国人民有效互动交流的桥梁,向世界讲好新时代中国故事,让世界更好读懂中国,展现东方美学和文化价值观念。

(光明日报 侯光明)

电视剧《珠帘玉幕》开播

展现古代珠宝图鉴 真实打造海底场景

由赵露思、刘宇宁、唐晓天领衔主演的电视剧《珠帘玉幕》近日于江苏卫视开播。

《珠帘玉幕》中,赵露思饰演的端午从小就被崔氏珠场掠来做女工,每天冒着生命危险下水采珍珠,此后端午偶遇西域商人燕子京(刘宇宁饰)、谦谦君子张晋然(唐晓天饰)等人,观众也可跟随他们的脚步,闯西北、下扬州,一路走过广州、韶州、武陵、西域、扬州,历经人生起落,最终见证传奇。

区别于传统古装剧,《珠帘玉幕》别出心裁地将古代珍珠生意作为切入点,演绎了中国古代珠宝行业从生产、物流到营销各个环节的运作,描绘出一幅中国古代商业世界画卷。剧中各类古代珠宝同样夺人眼球,珍珠、砗磲、玳瑁指甲、金银宝瓶、琉璃锁等,绘制出珠光璀璨的中国古代珠宝图鉴。

剧集开播之前,一段赵露思潜水花絮便在网络上引发热议。到了正片中,赵露思饰演的端午更是像鱼儿一样在水里自由穿梭,灵动又自然。“我们真实地打造了海底环境,把游泳池加高了3米多,还从青岛运了几十吨海沙过来,铺在底部。”导演谢泽在采访中表示,《珠帘



玉幕》这部剧海底的戏份会让人眼前一亮,不过水中的戏份拍摄起来很困难,演员需要睁着眼睛拍摄,这也对水质提出了很高的要求。

虽是一部古装剧,但《珠帘玉幕》却颇具现实质感。在创作过程中,主创团队参考了严耕望《唐代交通图考》、张星烺《中西交通史料汇编》、谭其骧《中国历史地图集》以及相关的研究成果,对古代丝绸之路做了详细的考证,力图呈现出最真实的样貌。

(每日新报 王轶斐)

众多国产大片将再次云集春节档 会有影片“打不过就跑”吗?



随着《封神第二部:战火西岐》《熊出没:重启未来》官宣定档2025年大年初一上映,电影市场春节档的竞争早早拉开帷幄。据悉,目前已有超10部国产新片有意向在春节档上映,众多国产大片将再次云集,使得档期冷热不均的现象愈发突出。从近年来市场表现看,春节档至多只能容下4部卖座大片,一旦扎堆上映,势必导致撤档等情况发生。

除已定档的两部影片外,徐克执导的武打片《射雕英雄传》、陈思诚的“唐探宇宙”系列新片《唐探1900》、林超贤的军事题材片《蛟龙行动》、备受观众期待的《哪吒之魔童闹海》,以及贾玲的《转念花开》、姜文的《英雄出少年》、文牧野的《欢迎来到龙餐馆》等均已完成制作。在日前举办的第26届全国影片推介会上,博纳影业、光线影业、万达电影、北京文化等制片方均表示将这些影片定在春节档与观众见面。这些有望定档的影片从主创及题材看,质量均有所保证,将带动明年春节档电影市场票房良好表现。

春节档是贡献全年票房的重要档期,历来是片方的“兵家必争之地”。目前众片方云集春节档,扎堆

上映,展现出“豪赌”春节档的心态。近年来,电影市场春节档均有10部左右的新片上映,但最终境遇却是冰火两重天。2021年春节档,《人潮汹涌》上映后质量得到观众认可,但票房未达预期,此后不断有影片撤档的事件发生,直至今,《红毯先生》《我们一起摇太阳》等4部影片因竞争乏力相继撤档,被网友戏称为春节档的“撤档元年”。

天津电影公司梁煜表示:“近年来春节档影片撤档的现象屡有发生,‘打不过就跑’是及时止损的明智之举,还是‘不讲武德’的投机行为,舆论对此有争论,而解决这一问题的根本在于,片方不应都去‘押宝’春节档。从目前市场的接受程度看,无论春节档上映的片目有多少,最终赢得票房和口碑的只有4部,其他片目都会沦为‘陪太子读书’的角色。我们希望片方采用平和心态,根据各自影片的题材、观众定位等因素,找到适合自己的档期上映,吸取近年来市场失利的教训,避免市场冷热不均的现象发生。市场需要给春节档解压,片目类型的搭配合理、大中小体量均匀有序,才是春节档的合理安排。”

(天津日报 张 颖)

