

第15届北影节产业论坛举行 中外电影人对中国电影市场充满信心

# 《哪吒2》将发行英语配音版

本报综合消息 《哪吒2》票房大爆后,中国电影市场的天花板有多高?19日,第15届北京国际电影节核心论坛之产业论坛举行,与会中外嘉宾不仅透露了《哪吒2》在海外上映的最新情况,还从市场与技术的角度展望了中国电影市场的未来。

## 现象 《哪吒2》已跨越文化壁垒

作为今年的爆款影片,《哪吒2》引发的关注是现象级的。影片在国内的放映已接近尾声,但“吒儿”征服全球观众的旅程才刚刚开始。

英国 Trinity CineAsia 公司负责《哪吒2》在欧洲地区的发行,论坛现场,该公司联合创始人塞德里克·贝雷尔兴奋地向大家分享影片上映的最新喜报。他表示,《哪吒2》已成为近20年来欧洲地区影响力最高的华语影片之一。“我们正在见证这一现象——《哪吒2》已成为一个文化符号。这部由中国团队主导创作的作品,其影响力已远超本土,在海外观众中引发了强烈共鸣,特别是在年轻观众群体中,我们看到了前所未有的参与度。中国创作者独特的讲故事方式,已经跨越了文化壁垒。”

华人影业负责《哪吒2》在北美地区、大洋洲地区的发行,华人文化集团公司副总裁应旭君感慨,这不仅是中国电影市场的一大盛事,也是世界电影市场的盛事。“不论我们走到哪里,都感受到来自全世界电影人的善意和祝福,这部作品证明了电影和电影院的魅力。”她透露,该片在北美和大洋洲地区的排片和票房都取得了非常好的成绩,并且正在精心准备影片英语版本的二次发行。

“我们正在跟饺子导演密切沟通,也请了一些英语配音演员为影片助力,敬请大家期待。”应旭君坦言,她在做《哪吒2》海外发行时深切体会到宣发的重要性。她说,相比国内,海外的宣发费用高出一个量级,因此必须精打细算。在步骤上,第一波宣传需要把观众

吸引过来,第二波则是依靠影片口碑发酵做到“口口相传”。在此过程中,社交媒体的精准宣发非常重要,因为许多海外观众就是通过社交媒体上网红的推荐才知道《哪吒2》。“未来《流浪地球3》《哪吒3》上映,要提前做准备和筹划,确保宣发费用的精准投放。”

## 分析 中国电影市场潜力仍在

春节档结束后,国内电影市场一直处于较为平淡的状态,不过,参与论坛的中外嘉宾一致认为,中国电影市场依旧具有较好的潜力与前景,他们对中国电影产业充满信心。

“今年是世界电影诞生130周年、中国电影诞生120周年,与音乐、舞蹈、戏剧、美术等几千年历史的艺术相比,电影还是个火力旺盛的小孩,不用担心,肯定能折腾出一条更有意思的道路!”导演黄建新笑言,美国电影市场年度票房这些年来一直在100亿美元上下浮动,代表的是产业总量,《哪吒2》超过150亿元的国内票房,代表的是“产业天花板”,“不能指望天花板能替代总量。”他勉励同行不要焦虑、不要气馁,电影市场总量还在,这是一个规律。“中国电影人要有信心,我们还会向上攀登,如果暑期档表现不错,我觉得票房总量会超过去年。”

对于黄建新的发言,导演刘伟强也表示强烈赞同。他说,这些年自己经历了香港电影市场的起起落落,深有感触。无论高峰还是低谷,电影人都会坚持拍片,市场永远在变,但电影人会一起努力。



IMAX中国首席执行官孟丹青在现场列出一组调查数据:欧美国家愿意前往影院的观众占比约为32%到38%,而中国的这个数据是78%,全世界最高。“去年整个市场确实比较淡,但今年春节档,市场回来了。中国老百姓还是愿意在影院看电影。”他直言,电影人的责任是不断吸引观众前往影院,而IMAX就是保证观众能获得最好的观影体验。他介绍,今年IMAX会继续推出原创内容,比如在影院转播电竞比赛等,目的就是为了吸引增量观众。“我们去年做了英雄联盟总决赛的转播,有八成观众五年内都没进过影院,但他们来看了这场比赛,并且多达九成的观众说,未来还会来影院观影。”

## 展望 未来一半电影由AI拍摄

论坛最后,嘉宾们从技术革新角度展望电影未来的发展方向。

谈及风头正盛的AI技术,黄建新预测,未来,一半的电影可能由AI完成,另一半则维持人类最独特的创作。摄影师出身的刘伟强则表示,技术每天都在变化,但归根结底,技术只是工具,人则是驾驭和利用工具的主体。“AI不

会沟通,但人与人之间需要沟通。我不反对技术,但电影需要表达感情,AI只是辅助我们的工具。”

作为代表行业最高放映技术水平的品牌之一,IMAX今年将加大与中国导演的合作。孟丹青表示,今年预计将有5部用IMAX摄影机拍摄的国产影片,创下历史新高。“拍摄阶段,我们会和导演沟通,帮助他们实现全方位的创作目标;之后的后期阶段和IMAX厅的放映,都是从制作层面保障观众能看到导演想要表达的故事与思想,为观众呈现更沉浸的视听体验。”

有意思的是,对于技术与内容的关系,做内容的刘伟强与做技术的孟丹青分别阐述了对方的重要性。刘伟强说,无论画面还是声音,电影一直用不断升级的技术让观众获得更好的视听体验,“什么是杜比、IMAX,很多人还不知道,我们要努力推广这些内容,让观众知道在手机上看视频和在影院看电影是不一样的,利用这些技术吸引观众来影院。”孟丹青则表示,最根本的还是在“故事本身”,“银幕再好也覆盖不了一个很差的故事”。他很高兴看到整个行业开始慢下来,认真打磨故事,把更多时间放在开发上。

# 十年联通路 初心映辉煌 ——记湖北联通“好员工”陈红燕

●记者 傅辉 通讯员 吴捷

十年光阴,见证了陈红燕从一名微笑服务的营业厅员工成长为咸宁联通崇阳乡镇东营服小CEO的蜕变之路。她以敬业为笔,以奉献为墨,在联通的广阔舞台上绘就了一幅幅动人的画卷。在营业厅的日子里,陈红燕凭借出色的服务和卓越的业绩,多次荣获“金牌店长”称号,其所在的自营厅也被省公司评为“优秀自营厅”。她以客户为中心,以专业为基石,赢得了广泛的赞誉和认可。

如今,作为崇阳乡镇东营服的小CEO,陈红燕将服务精神深深融入管理之中,传承并发扬着团结奋进、勇当前锋的“大别山精神”。在她的带领下,

2024年崇阳乡镇东收入完成率在全市乡镇营服中名列前茅,交出了一份亮眼的成绩单。

## ■宝妈联通人的异地奉献之旅

作为一个两孩子的宝妈,陈红燕积极响应公司号召,心怀热忱和担当,主动踏上异地帮扶之路。没有豪言壮语,只有默默行动,告别熟悉的环境,奔赴嘉鱼。她用自己的专业知识与不懈努力,为嘉鱼城区注入新的活力,手把手带领一批批的新人为提升联通服务质量、拓展业务版图添砖加瓦,为嘉鱼联通竖立标杆榜样,以实际行动诠释着联通人的使命与奉献精神,让联通的温暖与便捷在每一片土地生根发芽,茁壮成长。

## ■强化使命担当,点亮基站营销新标杆

强化使命感,方能挑重担,赶远路。在移网任务重,发展压力大时,她所在的营服作为全市无资源村基站灭闲营销的试点。她经过不断与村委沟通协调,用现有的政策设计制订一批宣传物料,同时在村组开展形式多样的宣传,用通俗易懂的语言讲解套餐的优势,耐心解答用户疑问,面对压力,大家毫不退缩,凭借专业的素养,坚韧的毅力和对联通事业的热爱,成功激活了闲置基站潜能。同时证实了市公司的安排部署无比正确,基站营销大有可为,同时也为全市乡镇营服成功树立了标杆,照亮了员工前行的发展之路,往后移网发展有了方向,有了信心。在高价值发展方面,她依靠村委客情,通过能人带队的方式在有资源的洪泉村做高价值用户,两天时候做双爆终端金融分期23户,又成功树立了一个双终端金融分期的正面典型案例。

十年间,陈红燕始终立足一线岗位,不断探索新的方法和思路。她以饱满的



工作干劲和永不停歇的进取精神,全身心投入到公司经营发展的点点滴滴中。她用自己的实际行动践行着发展与服务的协同,诠释着咸宁联通好员工的敬业与担当。