

“借船出海” 内容是王道

虽然今年春节档之后称霸内地电影市场的大片看上去都是“好莱坞制造”，但如果我们细究其背后的投资方，就不难发现有不少都是中国电影公司“借船出海”的产品。例如《金刚狼3》的投资方里有万达影业，《一条狗的使命》背后站着阿里影业；而《血战钢锯岭》的背后有联传媒、凤凰传奇影业、启泰文化等多家中方影视公司……事实上，2016年是中国影视公司集体“借船出海”动作频频的一年，这也直接导致了2017年的不少“好莱坞制作”都有了中国血统。不过，电影业内人士分析指出，“借船出海”不等于一本万利，不管好莱坞也好中国内地市场也罢，电影产业的喧嚣都只是暂时的，最终还是要靠内容为王。

借船出海，渐成风潮

中国电影市场的飞速增长吸引了资本的关注，而逐利的资本总是希望把蛋糕做得更大，这样它们就分到利益更多。“借船出海”就是投资中国电影的资本把蛋糕做大的一种方式。在过去的2016年，越来越多的中国影视公司“借船出海”，他们有的与好莱坞大制片厂合作拍片，有的收购好莱坞影视公司，有的参与越来越多美国大片投资从而获得全球分成，成为了2016年中国电影行业的一种新的风潮。而相关统计数据显示，在过去的2016年度，中国获准立项的合拍电影数量已经多

达89部，与2015年相比增加了9部。这一数字是历年合拍电影立项数量的新高，也从侧面说明“借船出海”风潮的直接影响。

万达集团在去年一开年即宣布以35亿美元收购美国传奇影业，成就了中国企业在海外最大的一项文化并购。去年上映的《魔兽》《长城》，包括本月即将上映的《金刚：骷髅岛》都是万达收购传奇影业之后推出的项目。传奇影业只是万达收购之路的开端，紧接着在去年年底又宣布10亿美元收购了好莱坞制作公司 Dick Clark Productions。除此而

外，完美世界宣布与好莱坞六大电影公司之一的环球影业合作，参与其未来5年电影项目投资，数量不少于50部；基美影业宣布入股吕克·贝松创办的公司欧罗巴，成为第二大股东；华谊兄弟旗下华谊美国出资2.5亿美元，与知名导演及制片人安东尼·罗素和乔·罗素的罗素兄弟公司在美国共同投资成立合资公司……虽然去年是中国影视公司大举出海的一年，但“借船出海”的行动早就在悄然展开。《云图》《谍影重重5》《碟中谍5》这些大片的背后早就“潜伏”着中国影视公司的身影。

方式多元，动画突破

随着与好莱坞和其他国家电影工业的交流越发频密，中国电影行业“借船出海”的方式也日趋多元。目前来看，大致可以分为三大类：收购或入股海外有潜力的影视公司；单个项目进行合作；传统的中外合拍片模式。

万达与传奇影业的合作就属于第一种；电广传媒影业与狮门影业(顶峰娱乐)签订合作协议，在未来三年共同投入15亿美元制作开发电影项目，属于第二种。华谊兄弟与美国STX公司签订影片合作计划，约定在2017年底完成18部合作影片，也属于第二种；传

统的中外合拍片模式，因为曾出现过有的好莱坞公司植入中国元素或者推出中国特供版，只为拿更多票房分成的行为，而备受批评。但现在中外合拍片的模式已经有了很大的改变，比如《功夫熊猫3》就是一部植根中国文化的合拍动画电影。这也验证了爱奇艺影业总裁亚宁的话，他认为，动画电影会成为中外合拍片的一个突破口。“由于文化差异、语言障碍、观影习惯不同等因素，造成了中国影片走出去的困境，中国该如何分享以美国为代表的全球市场，这是一个非常漫长的过程。相对容易操作的动

画片可能成为突破口，首先，动画片不太会有种族的差异；其次，动画片采用配音也不会令人觉得突兀。”

传统的中外合拍片模式的转变，跟美国影视公司对待中国市场的转变有很大关系。美国360娱乐公司执行总裁戴维·安格就表示，现在的中国市场变得很强大，甚至可能变成全球最重要的市场，他们正在尝试主动地与中国合作。华狮北美总经理罗伯特·伦德伯格认为，除了主动与中国进行项目合作之外，好莱坞电影还应该重视并起用中国优秀的导演和演员。

沟通东西，内容为王

“借船出海”只是资本充足的中国电影行业走出去的一种方式，但中国电影能否通过这种方式被世界观众所认同，进而达到传播中国文化的目的，最终靠的还是好的故事、好的内容。乐视影业的CEO张昭认为，中国电影全球化是指放到全球化的语境里去做电影，整个过程中有四点非常重要——一是普世价值观，二是普遍容易接受的讲故事的方式，三是语言国际化，四是中国文化特色。

虽然《长城》的票房和口碑都不是那么的理想，但它至少在这几个方面进行了大胆的尝试。美国电影协会大中华区总裁冯伟就对《长城》给予了很大的肯定。“我觉得《长城》这部电影很有勇气和现实

意义，它也成了标杆式的合拍片。但是中美合拍想要在全球市场都取得成功，这不是一天两天就能实现的，中美双方都需要互相学习。”冯伟指出，中美两国的电影公司都在为了能够合作拍出在全世界受到认可的电影而努力。以往可能好莱坞电影公司盯着的只是43%的进口片票房分成，现在他们对与中方的合作看得更重，毕竟中国是这么大的一个市场。

另一方面，想要通过“借船出海”让中国电影走出去，沟通中外的语言、文化差异就成了必须迈过的一道门槛。对于这一点，每一个与好莱坞合作过的中国电影人都深有感触。李安就曾经说过，他的很多电影经常是需要两个编剧，一个负

责写中文的剧本，一个负责写英文的剧本，最后还要对二者进行调和。大盛国际传媒董事长安晓芬也有同感，她提及自己公司与美国合拍的《飞虎月亮花》。“已经筹备了六七年，先是邀请了中国的编剧写剧本，发现不行，我又请了美国编剧去写，直到今天这部电影还没能开拍。其实这个剧本按照好莱坞的标准来说，是很好的剧本，但我认为中国观众不会买账，所以只能重新打磨。”不过，不管“借船出海”会以何种形式在电影工业中呈现，好的故事、好的内容都是最为重要的。正如狮门影业的威廉·普费弗所说，观众根本不会在意一部电影的资金从哪里来，他们要看好的电影。

北京晨报记者 杨莲洁

