

《功夫熊猫4》热度不再,但是“熊猫文化”正迎来新阶段

羊城晚报记者 李丽

截至4月2日12时,《功夫熊猫4》上映12天后,在中国内地收获票房2.48亿元。根据猫眼专业版,该片的预测总票房为3.43亿元。对比上一部《功夫熊猫3》高达10亿元的票房,水花委实小了不少。《功夫熊猫》这个火了16年的超级IP,过气了?答案并没有那么简单。

近日,旅韩熊猫“福宝”返回中国,她的行程牵动着中韩两国人民的心。多年来,熊猫作为友谊使者,将中国人民的美好祝愿带向世界各地。无论《功夫熊猫4》成功与否,全世界范围内的“熊猫热”从未减退。

《功夫熊猫》IP影响力下降

2008年,梦工厂制作的《功夫熊猫》横空出世。影片以在面条店当学徒的熊猫阿宝为主角,首次将“功夫”和“熊猫”这两个举世闻名的中国元素融合在一部电影里。配合中式画风和配乐,又懒又萌的阿宝迅速火遍全球。当年,《功夫熊猫》在中国内地获得1.86亿元票房,在该年度票房榜上位列第五名,全球票房则狂收3.85亿美元。

3年后,《功夫熊猫2》延续了系列第一部的成功。影片在中国内地收获票房6.11亿元,位列2011年票房榜第二名。在这一部中,悍娇虎、猴王、快螳螂、俏小龙、灵鹤这“盖世五侠”,进一步呈现了虎拳、猴拳、螳螂拳、蛇拳、鹤拳等中国传统武术。据悉,创作前,剧组曾专程到包括北京、山西平遥、四川成都以及河南的少林寺采风。

从单片票房看,2016年上映的《功夫熊

猫3》是该系列迄今为止的巅峰,该片在中国内地共收获了10亿元票房。但在该年度的票房排行上,《功夫熊猫3》却仅排在第九名。这一年的票房冠军是33.86亿元的周星驰执导作品《美人鱼》。在中国市场和创作同时飞速发展的背景下,《功夫熊猫》系列仍受欢迎,但已不再那么耀眼了。

到了《功夫熊猫4》,该系列对中国元素的吸收和运用似乎已到了快山穷水尽的地步。影片中不再有多令世界观众甚至中国观众都啧啧赞叹的中国式奇观,阿宝的冒险也变得不再那么激动人心。梦工厂的内部“优化”措施或许也得为此背锅,裁员和成本缩减导致《功夫熊猫4》的预算远不如前作,制作水准也因此走了下坡路。甚至有传言称,《功夫熊猫4》中“盖世五侠”的戏份如此之少,是因为梦工厂没钱再请安吉丽娜·朱莉、刘玉玲、成龙这样的大牌明星来配音。

“熊猫文化”仍然蒸蒸日上

《功夫熊猫》系列的影响力下降,绝不意味着中国熊猫不再受欢迎。相反,无论在国内外,一股不可阻挡的“熊猫文化”现象正蒸蒸日上。

熊猫自古便被国人视为“吉祥之兽”。作为地球上最古老的哺乳动物之一,熊猫见证了中华文明漫长的发展史。1957年,中国将“平平”和“破破”作为国礼送给苏联,熊猫也从此开启了其作为友谊使者的“出海”之旅。1972年,尼克松访华之后,熊

猫“玲玲”和“兴兴”乘专机来到华盛顿国家动物园,这一年因此被美国人民称为“大熊猫年”。

几十年来,熊猫不断将中国人民的友谊带往世界各国。熊猫温和友善的性格代表着中国文化中的和平与友爱,而熊猫所生活的自然环境则反映了中国文化中“天人合一”的生态环保理念。熊猫,俨然已成为中国面向世界时的民间“形象代言人”。

如今,熊猫更是深受一代又一代年轻人的喜爱。在网络上,很多中外年轻人都是“熊猫粉”,对每一只熊猫都如数家珍。和花、萌兰、福宝、香香、绩笑、奇一、梅兰、金虎、七仔、小馨……在他们心中,每一只中国熊猫都有自己的“人设”。譬如外号“花花”的熊猫和花,便因其头大身圆的体形和不争不抢的性格而深受人们喜爱,成为当今的“熊猫界顶流女明星”。日本电视台曾派人专程来成都,为的就是近距离拍摄和花的日常生活。

今年3月,应中国教育国际交流协会邀请,知行中国——美国华盛顿州中学生代表团访问了中国北京、湖北和广东。人们发现,这些首次来中国的美国中学生,每天都背着同款熊猫书包出门。据悉,这款书包是中方赠送的伴手礼之一,孩子们收到后个个爱不释手,甚至在爬长城时也不忘带上它们。美国中学生和他们的“熊猫”小伙伴,也因此成为长城一景。

“熊猫创作”正在百花齐放

如今,熊猫主题的艺术创作正百花齐放。“顶流”们拥有了自己的专属文学,《熊猫花花》《熊猫香香》《熊猫萌萌》等作品深受读者的欢迎。

舞台上,熊猫也正在成为主角。譬如,讲述8000年前大熊猫寻光之旅的舞剧《大熊猫》,从舞蹈角度再一次突破了中国舞蹈意象之美的表达。舞者的身姿形舒展,传神地诠释了自然环境下野生熊猫的动作神韵。中国首部熊猫主题驻场音乐剧《熊猫》,则通过五位熊猫勇士的经历,讲述了一个关于爱、成长与和谐共生的故事。

此外,在熊猫的故乡四川,熊猫主题的绘画、书法、摄影、雕塑等创作活动也在常态化开展。

在影视领域,随着好莱坞打造的《功夫熊猫》系列一路从首部的豆瓣8.2分跌到第四部的6.6分,越来越多的观众开始呼唤中国人自己的熊猫影视创作。“论中国文化,说到底还是中国人自己的理解最到位。”“停手吧,再拍下去,阿宝就不可爱了。”“什么时候,才能看到一部‘中国皮’也‘中国心’的熊猫电影?”

在近年来国漫崛起的前提下,这一天或许已不再遥远。《雄狮少年》《长安三万里》《哪吒之魔童降世》《西游记之大圣归来》《大鱼海棠》《白蛇:缘起》……中国动画正在中国文化的雄厚底蕴之上,以多元的姿态飞速成长。创作一部中国制造的熊猫电影,绝非为了“接棒”《功夫熊猫》,而是为了一个全新的开始。

『今日中国』艺术周走进巴西

据人民日报电(记者 赖睿)2024“今日中国”艺术周近日在巴西举行,以音乐、电影、摄影等艺术形式,向当地观众展现中国当代艺术风貌,促进中外文化交流 and 民心相通。

在巴西里约热内卢,一场名为“金钟之星”的中国民族器乐音乐会在科帕卡巴纳海滩边举行,拉开了艺术周的帷幕。当地民众与华侨华人、中资企业驻巴工作人员共同欣赏了这场由中国中央音乐学院民族室内乐团带来的音乐会。面对热情的巴西观众,中国艺术家演奏了《山丹丹开花红艳艳》《思乡曲》《十面埋伏》《百鸟朝凤》等有代表性的民族乐曲,并通过这些乐曲向巴西民众介绍了琵琶、古筝、唢呐、箫、板胡等中国乐器。同时,巴方乐团演奏了中巴两国经典曲目《我爱你,中国》和《飞机桑巴》。熟悉的旋律在人群中引起共鸣,赢得阵阵掌声。

作为2024“今日中国”艺术周子活动,中国电影日前也在里约热内卢开幕。《流浪地球2》《峰爆》《非诚勿扰3》《最好的我们》《我和我的父辈》等中国影片与巴西观众见面。“我们想把更加丰富的中国电影带给巴西观众,展现中国文化的独特气质,传递中国人的家国情怀。”中国电影集团董事长、中国影协副主席傅若清说。

今年是中国和巴西建交50周年。2024“今日中国”艺术周巴西站是庆祝建交系列活动“中国文化季”的组成部分。

中国文联副主席李屹表示,在中巴建交50周年之际,中国文联将2024“今日中国”艺术周的第一站放在巴西,“以艺通心,相信艺术周系列活动将助力增进中巴两国人民的相互了解”。

“今日中国”艺术周创办于2004年,是中国文联每年在境外举办的品牌活动,以展示中国当代文化艺术发展成就。20年来,艺术周足迹遍及全球23个国家和地区。除巴西外,2024“今日中国”艺术周还走进哥伦比亚,推出了中国民族器乐音乐会、青海生态文明摄影展和厦门民间艺术精品展等一系列活动。

中国影视剧何以“圈粉”世界?



据中新社电(曹丹)“2018年中国影视剧《延禧攻略》翻译成15种语言在100多个国家播出,荣登2018年谷歌年度热搜影视剧榜单。”东阳欢娱影视文化有限公司(以下简称“欢娱影视”)相关负责人介绍,在影视剧中“植入”非遗元素已成为影视剧创作新风尚。

近日,由浙江大学国际传播研究中心、中国新闻社浙江分社等主办的新时代国际传播余村对话在浙江安吉举行。活动围绕国际传播优秀案例,邀请业内人士及专家学者代表共同探讨中国故事“破圈”之道。

迪士尼买下《人世间》海外发行权,奈飞(Netflix)买下《大唐狄公案》播出权……随着中国影视剧的发展,越来越多的作品成功“出海”。

如何让中国影视剧作品“出海”又“出圈”?我们以“影视+非遗”的方式,将缂丝、绒花等20多项非遗技艺“隐藏”在影视剧场

景中。随着作品播出,这些非遗元素成为海内外观众热议的话题。”欢娱影视相关负责人介绍。

以影视剧《鬓边不是海棠红》为例,剧中涉及20多出京剧,包括《贵妃醉酒》《霸王别姬》《长生殿》等剧目。该剧在北美播出后,在全球年轻用户群体中迅速刮起“中国风”。剧中主角的“精品手办”在亚马逊预售期间销量超1万件。

与此同时,舌尖上的“非遗”因被赋予鲜活的故事情节,也逐渐成为打通中外文化交流的新桥梁。

“我们复刻出中国影视剧《尚食》中的榴连炖鸡汤、胡辣汤、反沙芋头等菜肴,很受当地人喜爱。”马来西亚安南楼经理洪明雄介绍,该剧在海外播出时,剧中涉及的上千道佳肴美味,涵盖中华八大菜系,引海内外美食博主纷纷效仿。

“曲艺、美食、传统技艺等元素具有文化普

适性,随影视剧“出圈”后,容易形成话题流量,吸引更多海外观众一睹其在影视剧作品中的应用。”浙江传媒与国际文化学院副教授章宏谈到,在影视和中华文化的创新性结合下,中国影视剧作品向全世界圈粉的“磁吸力”越来越强。

影视剧作品“落地”时的海外投放渠道、题材偏好等因素也是其加速圈粉的关键。迪拜中阿卫视台长杨威在接受中新社采访时举例:在迪拜中阿卫视《中国剧场》栏目,《欢乐颂》《三十而已》等女性题材影视剧收视率高;而在YouTube阿拉伯语账号内,点赞排名前50的中国影视剧,近半数是中国青春偶像剧。

“阿拉伯国家的传统社会结构,客观上形成了以女性观众为主的收视群体。”杨威谈到,“互联网平台则是阿拉伯国家年轻人的‘天下’,青春偶像剧的热播与‘Z世代’开始关注中国影视剧从业者有关。”

国内首部反传销电影《草木人间》首映

据北京青年报(记者 肖扬)近日,国内首部反传销电影《草木人间》举办主题观影礼,导演顾晓刚携吴磊、蒋勤勤、陈建斌、闫楠、鞠帛展等主创亮相。

《草木人间》讲述了一对从大山走出的淳朴青年,因对自我价值实现的渴望和急需融入大城市的迫切心理,被有心之人利用,前后被卷入传销的故事。谈及创作初衷,导演顾晓刚表示自己家人曾经深陷传销泥沼,正因为这段经历才促使他拍摄了一部反传销的电影,提醒更多观众避免受骗。

映后分享中,许多观众也表示最开始以为

自己距离传销、保健品销售的骗局很远,但通过影片发现这种利用“天上掉馅饼”的好事引人人入局,从而在精神上控制,让人难以逃脱的骗局就在我们身边。不少观众提到“传销也在升级换代,他们打着新零售、社交电商的名号,紧跟热点”,让年轻人也防不胜防。更有观众讲述自己的外公就跟着传销团队各地旅游,购入保健品,“一直持续了差不多五年,把所有积蓄20多万,包括养老金保险都投了进去。”

影片中吴苔花(蒋勤勤饰)、何目莲(吴磊饰)这一对母子互相救赎、相依为命的母子亲情,也感动不少观众,一位观众说,她在观影过

程中看到吴苔花就联想到了自己的母亲。

除了收获观众好评,不少业内人士也现身首映礼现场,为电影《草木人间》助威。胡玫导演称赞影片既有艺术性,又有商业性,是一部“既抓人,又充满了格调和美感的好作品”。作家刘震云则被蒋勤勤的演技感染,认为“亚洲电影大奖最佳女主角实至名归”,并表示只有爱生活中的人才能爱电影中的角色。谢楠称看完影片后深受震撼,也促使自己成为影片的出品人之一,“有幸加入这样一部如此出色的作品当中,是每一个在这个行业当中的人都期待的事情。”

第二十六届上海国际电影节六月拉开大幕

据北京青年报(记者 肖扬)第26届上海国际电影节将于6月14日拉开大幕,至6月23日结束,共计10天。金爵盛典和金爵奖颁奖典礼将分别于6月15日和6月22日晚在上海大剧院举行。

本届上海国际电影节自2023年12月15日启动全球征片,至3月31日,共收到来自五大洲105个国家和地区的报名参赛、参展作品超3300部。其中,报名参加金爵奖主竞赛、亚洲新人、纪录片、动画片、短片五大类别评选的影片数量超2300部,名导新作与名导监制的新人作品齐头并进。上海国际电影节预计将于5月公布本届金爵奖入围名单。

以5分钟为创作影像长度的短视频单元,今年迎来第五届,目前已征集到作品1000余部,海外作品报名数量呈现持续上涨态势,约占三分之一。本届电影节期间,短视频单元将特别策划展映沙龙,集中展映历届获得荣誉的优秀作品。

作为五大竞赛单元之一的短片单元,向全球范围征集动画和真人短片,今年的报名影片中不乏知名导演的短片新作。国际影片展映的SIFF短片单元将策划短片合集,荟萃各大影展的入围或获奖短片,以及优秀华语短片。

创投训练营自2019年升级为一年两阶段的活动模式,今年也来到了“逢五”的特别届。本届共收到331份有效学员申请,其中制片39位、编剧42位、导演250位。电影项目创投已成功举办16届,在国际合作项目中,除了往年常见的美国、日本、法国等国外,也出现了德国、冰岛、意大利等国的项目。

第三届SIFF YOUNG×上海青年影人扶持计划将继续推荐优秀的青年导演、制片人和编剧,入选影人名单将于6月电影节期间公布。

具有影视“行业发展风向标”的上海国际电影节电影市场,将通过展会、市场活动、市场放映等形式,与来自海内外的影视机构、影视从业者探讨电影行业发展前景。

科技浪潮下,技术创新给电影行业带来机遇与挑战。本届上海国际电影节将围绕“Sora”等热议话题举办主题展映、专题论坛等,并计划新增科幻大师班、科幻IP专场推介等活动。当然,AI改变的不仅仅是影视工业体系建设的提速升级,也改变着普通人的日常生活。数字影视体验展就将面向市民开放,带来前沿科技影像应用的展示与体验。

遗作《雪豹》首映

万玛才旦展示“纯洁的故乡”

据北京青年报(记者 肖扬)近日,导演万玛才旦遗作《雪豹》举行“走进生命的诗篇”全国首映礼,万玛才旦之子、影片执行导演久美成列、领衔主演金巴、熊梓淇、才丁扎西等亮相。

《雪豹》曾入围威尼斯国际电影节、多伦多国际电影节等,荣获东京国际电影节主竞赛单元最佳影片,海南岛国际电影节“金椰奖”最佳导演,亚洲电影大奖最佳编剧、最佳摄影——2023年5月,万玛才旦病逝,让这部影片蒙上了悲情的色彩。

首映式上,执行导演久美成列代替父亲讲述影片的创作灵感及深层表达,“我们在《雪豹》这部电影里看到了从没有被影像呈现过的世界,是一个‘天地人’能够互相感应、互相传达爱的世界。这份力量和现实交织在一起的时候,我想这就是我父亲想传达给我们的一个指引。”

《雪豹》缘于万玛才旦导演偶然得知的一则新闻,历经三年完成剧本,并克服高原严寒等艰难环境拍摄完成。影片讲述了一只被称为“雪山精灵”的雪豹闯进了一家牧民的羊圈咬死了九只羯羊,由此引发人与豹、人与人之间冲突对立又彼此羁绊的故事。

在近日曝光的特辑上,谈及创作缘起,万玛才旦说,“自己心里有很多故事,也有很多想法,想展示一个纯洁的故乡。”

“紫禁城与凡尔赛宫”展览展现中法交往佳话

据新华社电(记者 徐壮 杨湛菲)2024年是中法建交60周年暨中法文化旅游年。由故宫博物院和凡尔赛宫、博物馆及国家园林公共机构联合主办的“紫禁城与凡尔赛宫——17、18世纪的中法交往”展览,近日在故宫文展开幕。

17世纪下半叶至18世纪被认为是中法宫廷间交往和文化交流的黄金时代。作为中法文化旅游年的重要项目,该展览分为“龙与百合花的相遇”“紫禁城中的法国风景”“凡尔赛宫的中国时间”三个单元,以中法两国外交、文化和艺术交流为主题,通过故宫博物院、凡尔赛宫以及其他收藏机构的大约200件文物精品,展现百年间双方彼此尊重、相互欣赏的政治交往史,彼此借鉴、相互学习的文化交流史。

开幕式期间,故宫博物院还同法国凡尔赛宫和美国立亚洲艺术博物馆签署了战略合作协议。

本次展览在故宫博物院文华殿展厅对公众开放,凭故宫博物院门票参观,将持续至6月30日。

