

《黄金甲》偷袭京城

看完影片,多数观众叫好



《满城尽带黄金甲》剧照

张艺谋两年磨一剑的古装大片《满城尽带黄金甲》(简称《黄金甲》)昨天突然在北京点映,只有北京当地的10家媒体记者和30多位观众到场。看完影片后,挑剔的观众这次没有一边倒地批评,而是褒多贬少。

来看《夜宴》意外碰上《黄金甲》

《黄金甲》原定23日在沈阳点映,但前天当地影院突然接到通知“点映取消”。至于改在哪里点映,投资方新画面影业公司语焉不详。没有想到,昨天上午,北京当地媒体突然接到《黄金甲》将在王府井新世纪影院点映的消息。不过,10家媒体到了现场后,却被工作人员通知,地点变成了新东安影院,时间是9:45。于是,记者们又赶到新东安影院,此时观众已经进场。

据记者了解,《黄金甲》昨天的仓促点映,完全是随机安排的,所有观众没有人事先知道新东安影城点映《黄金甲》。除了被通知的媒体记者外,首批观众的30多位观众,原本是来看正在上映的冯小刚新片《夜宴》的。他们到场后,意外发现可以看到《黄金甲》。当然,他们也乐得成为全球第一批观看《黄金甲》的观众了。据了解,点映的票价为160元/人。

这次点映活动进行得相当秘密,连一幅《黄金甲》电影海报都没有挂出来。

除了昨天观看点映场的部分观众和10家媒体外,上海、成都、广州、深圳、北京等5个国内电影票房较好城市的部分媒体,上周已经在北京秘密看过影片了。

褒多贬少 故事、台词都被夸

昨天,记者采访了部分已经看过《黄金甲》的媒体

观众,多数人都觉得不错。一位成都记者称:“故事很好,台词也比较顺,没有了以前画面强,故事弱的毛病。这次的画面服从故事,巩俐和周润发演得最好。相比之下,《黄金甲》要比《夜宴》强。”北京当地更有媒体高度评价该片:“无论是影片流畅的剧情,还是情节铺垫的丝丝入扣,《黄金甲》的表现实在让人惊喜,经过前几部大片的洗礼,张艺谋的驾驭能力已登峰造极。”

据说,昨天点映场后,不少观众接受媒体采访时都对影片赞赏不已:“《黄金甲》拍摄手法非常老到,可以说是张艺谋的巅峰之作。”“这部《黄金甲》终于一雪张艺谋大片之耻,拍出了真正中国古装大片的恢宏气势,可以说是近几年中国最好的古装大片。”不过,也有记者觉得,《黄金甲》让人失望,还不如《夜宴》。

12月21日,《黄金甲》将正式上映。

快报记者 曹锋
特约记者 宗珊

张艺谋这次学乖了

认识差距 总结不足 回答朴实

《英雄》和《十面埋伏》招来铺天盖地的批评,《满城尽带黄金甲》开局挺好,提前看过影片的很多记者都反映不错。顶着质疑声一路走来的老谋子,接受采访时尽显平实。

大夸巩俐周杰伦

对于《黄金甲》,张艺谋认为最成功之处就在于演员的表演:“没有谁最好,只有都好。每个演员的表演都有看头。我对他们都很满意。”

说起和周杰伦的合作,老谋子非常满意:“他演得很好,是那种朴素的情感。他勤奋、谦虚、敬业、有责任感。只要当天有重场戏,他就早早地来准备,不到他的戏,就坐在那里,看发哥和巩俐演戏,一坐几个小时。我看到他坐在那里,就知道他在用心准备。”

至于巩俐,张艺谋更是高度评价:“她所有的表演我都非常熟悉,但她的速度和力量

让我惊讶。她的戏一下就来了,这是一种爆发力。”

自知故事最重要

当记者问张艺谋如何看网友的恶搞时,他却很平和:“我们做大片,本来就是娱乐产品,能有这么多的话题就好。我觉得有一点很好,中国到现在,三四部大片没一部赔钱。观众不要不理不睬就好,哪怕多了很多唾沫也不是坏事。”

张艺谋还说,他对大众心理实际上是很关注的,他知道观众需要看故事,这是他看电视时自己总结出来的,他知道观众还喜欢看超女,因为他自己也在看。



张艺谋

【对话】

记者:您自己怎样评价《黄金甲》?

张:这部《黄金甲》是比较全面的作品。我做到第三部,已经知道用减法,不用加法,不炫技,大片容易炫技。这次排除杂念,更多地关注人物和故事。我们的战争场面花了很多钱,一剪子几十万就没了,但场面包括武打都是配合表现人物的。

记者:为什么选《雷雨》这个剧本?

张:自己编故事总觉得弱。我是一个导演,不是一个作家,我的强项是用画面讲故事,所以要选一个好故事。《雷雨》有一个坚实的基础,故事集中在24小时,戏剧冲

突非常强烈。

记者:这次的台词感觉不生硬,很简洁。

张:这次的台词简洁生动。文白比例很难弄,这次就比较直接,不渲染,不用现代词就好了。我们古文功底不好,不说文言文。

记者:与前两部相比,《黄金甲》的不同之处在哪里?

张:我很清醒,通常一上大片,立刻会有满足感,一下有了这么充分的资源,有时容易炫技。我这次很节俭,已经第三回了,不能被这些迷惑。主流商业电影对观众还是讲故事,大众是需要看故事的。

快报记者 曹锋
特约记者 宗珊

敢叫日月换新天,厦华蓝海攻略

金九银十,在比拼产品质量、技术含量的平板电视领域,一场名副其实的技术战正逐渐落下帷幕,花落谁家,悄然已定。据悉,厦华电子于国庆期间在全国范围内,对其旗下的优势产品进行全线优惠,并对部分机型赠送超值豪华大礼,以极其优惠的价格和丰富的超值礼品抢占市场份额。其全新平板电视“蓝海”系列作为厦华下半年的攻城利器,成为“金九银十”这场战争中极具杀伤力

的武器。尖端好礼,一网打尽,厦华 LC-47R27,凭借优势的研发技术,以及落到实处的优惠活动,厦华彩电在这场技术战中脱颖而出,销售异常火爆,在全国各大家电连锁卖场中,一枝独秀,其“蓝海”系列新产品刚上市就成为抢手货,远远超过其他同类竞争品牌。据悉,此次颇受关注的“蓝海”系列平板,之所以绚丽登场即刻受到市场的追

捧,源于厦华“蓝海”系列平板电视实现了真正的完美视听,其技术采用厦华所特有的“全能微晶”技术,在高清画质、临场音响、娱乐端口等等方面的表现均达到国际水准,包括微晶120Hz、微晶1000线、微晶全能芯、微晶双核六色、微晶智慧光、微晶双HDMI、微晶双流媒体、微晶数字音响等众多的尖端科技。其中120Hz刷新率、1000线超国标高清已是目前顶尖技术。

此外,“蓝海”平板在工业设计方面也达到新的高度,线条简约,干净利落,突显睿智和现代的科技之美。其造型略带弧线感,给人以强烈的视觉冲击;蓝色金属拉丝配合按钮上的湛蓝光晕凸显了整机视觉上的层次感和美感。据厦华方面表示,随着平板行业的进一步发展,厦华在连续通过了CQC和CESI的高清电视双认证、获得了“中国数字电视杰出贡

献奖”等专业认可后,在大众消费市场也取得了相当高的美誉度,《2006中国平板电视城市消费者需求状况研究一季报》显示,厦华在平板电视消费者评价竞争性关键指标上获得了“质量满意度、产品性价比、预期购买率”等关键指标的桂冠,厦华平板电视拥有较高的认知度和满意度。此外,厦华在香港市场也获得高度评价。香港消费者委员会举办的15个中外品牌液晶电视测试活动中,厦

华液晶电视脱颖而出成为受该会推荐的6大品牌之一,并成为了此次获得香港消委会推荐的唯一“性价比最优”中国品牌。从此次“蓝海”系列的成功热销上可以看出,厦华已经十分善于利用其在影音领域的雄厚技术实力,作为开拓疆域的攻城利器;可以预言,厦华通过对科技的探索,又将一次站在行业浪潮的巅峰,继续扮演着平板电视行业的弄潮儿。

金秋国庆中秋 **圣象地板 空前放价 多重奏**

健康距离 **五大系列 80余款 健康新品 大阅兵**

喜讯: 2006年9月23日9:00-11:00将在南京金陵装饰城灯饰广场大楼大厅开展限量超惠、限时抢购活动!

柔光系列 | EP仿实木系列 | 莫奈艺术系列 | 多层实木系列 | 经典全系列

2006全新研发成果 视觉先锋 金牌品质

活动日期: 9.16-10.6 最终解释权归圣象江苏公司所有