

看看中国标签怎么打

四大招式,讨好国人

仔细看一下那些打着“中国元素”的招牌进行吆喝的好莱坞影片,不知道你发现了没有,其展示“中国元素”的手段不尽相同,其中主要是通过四个不同方面去展示的。

招式一:中国取景

这个招式在好莱坞大片中运用已久,可以说是早期好莱坞进军中国市场时“羞答答”示好的通行手段。早在《碟中谍3》里,现代化的上海,首次亮相好莱坞大片,而阿汤哥更是在浙江西塘上演一场“生死狂奔”;《星球大战前传3》《神奇四侠》《面纱》里都有大量的桂林山水;《蝙蝠侠》里,香港维多利亚港向全世界展现了它美丽的夜景……

随着这些场景被中国观众的认可,好莱坞影片的这种尝试越来越广泛,越来越深入。它们已不仅局限在某一个小小的场景,甚至将整个故事背景、拍摄场地都搬到了中国。像《古墓丽影3》干脆将故事背景定在了中国;《变形金刚2》里的开场大战,也是在上海上演;《功夫之王》除了网罗了成龙李连杰两位大哥携手外,外景地更是遍布横店、桂林、敦煌、武夷山;《黄石的孩子》则将上海、横店、湖北风情一网打尽……

而将这个招式运用到极致的可以说是《2012》,在影片中西藏直接成为人类最后的希望所在地,不仅展示了美景,更强调了地位,颇让中国观众开心。

招式二:中国明星

起用中国明星也是比较常用的一种招式,尤其是中国的女明星。早在几年前,巩俐、章子怡、杨紫琼就一度在好莱坞引起较大关注,并担任过一些影片的女一号。巩俐曾和好莱坞“坏小子”科林·法瑞尔、奥斯卡影帝杰米·福克斯主演了《迈阿密风云》;章子怡则主演过《尖峰时刻2》;巩俐与章子怡、杨紫琼三人还共同在《艺伎回忆录》中有着精彩的演艺……最为给力的是《功夫之王》,一下子笼络了成龙、李连杰、刘亦菲、李冰冰等4位大腕。

这两年,中国脸孔在好莱坞影片中出现的频率进一步加快。去年年底,许晴加盟好莱坞科幻巨制《环形使者》的消息得到证实,她将与超级巨星布鲁斯·威利斯对戏,饰演他的妻子,戏份吃重。随后,周迅正式确定加盟另一部好莱坞科幻巨制《云图》;紧接着,余男方面表示将加盟《敢死队2》并曝光了剧照;李冰冰一方又公布将参演《生化危机5》……

加上如今的《钢铁侠3》,又传出了“国际范”(范冰冰)也要加盟的消息,几乎中国本土数一数二的女明星都要到好莱坞去露脸了。



《钢铁侠》和《花木兰》中都有中国元素

招式三:中国文化

东西方文化的差异,让这个招式运用起来颇为不易,因此也是好莱坞大片轻易不敢尝试的招数。但是好莱坞对于东方文化、中国文化的好奇,也决定了好莱坞大片不会放弃该招式。

据了解,《功夫之王》就是取材自中国四大名著之一的《西游记》,讲述了一个迷恋中国功夫、崇拜李小龙的美国小男孩,来到中国“拯救”孙悟空的故事。导演直接与中国传统四大名著挂上钩,不管理解了多少,噱头和关注度肯定是不愁了。

《木乃伊3》也是如此,制片人鲍勃·达克斯就曾表示,虽然2001年《木乃伊归来》取得了轰动的票房效应,但是剧组对于故事应该怎么继续下去并且取得更好的成绩,都想不到好主意,直到有一天听到有关兵马俑的故事,才为大家带来了灵感。

而这个招式运用得最好的可谓《功夫熊猫2》了,这部影片一上映,中国观众在兴奋的同时,也经常唏嘘地发出感叹,因为美国人竟然能把中国元素玩得这么美好灵巧。担担面、麻婆豆腐、青城山、道教文化、太极、皮影戏、二胡、唢呐……衣食住行各个方面都不是浮于表面,而是真真切切地触碰到了中国文化的精髓。



中国风 吹起来

好莱坞影片中的“中国元素”这几年呈井喷之势,但“中国元素”可能成国外大片吸金法宝的说法纯属国人一厢情愿

近日上映的好莱坞大片《超级战舰》显然很会讨中国观众的喜欢。有观众日前就反映,片中用《孙子兵法》做卖点的情节让人印象深刻。而该片导演此前不仅声称喜欢《孙子兵法》,而且透露,影片将这部奇书的思想运用到了其中。

无独有偶,《钢铁侠》系列在中国可谓赚得盆满钵满,如此好的票房,让制作方在推出《钢铁侠3》的时候,自然对中国观众极尽讨好之能事。前几天有消息称,《钢铁侠》不仅与中国公司合作,在中国拍摄部分戏份,而且还设置了一位有着东方脸孔的“满大人”,甚至有消息称范冰冰也会加盟……

纵观这几年的好莱坞大片,“中国元素”大有井喷之势。《花木兰》《功夫熊猫》《2012》《阿凡达》《变形金刚》等等,纷纷通过不同的形式锁定中国元素。如此讨好之举的回报也相当丰厚,每一部影片在中国的票房都有不错的成绩。

“中国元素”为何在这两年的好莱坞影片中形成井喷之势?难道它真的成了国外大片吸金的法宝吗?昨天,记者采访了部分影视圈人士,他们表示,国外大片对中国元素的重视是一种必然,但是目前来看,这些中国元素的运用还相对肤浅,甚至只是圈钱的噱头。

现代快报记者 刘磊



《功夫之王》请来华人明星当主演

招式四:中国制造

这里所说的“中国制造”,其实就是中国参与到好莱坞大片的合作拍摄中去。这样的合作形式,以前也有不少,但是影片项目基本上由美方掌控,中方往往难以介入到影片的核心制作环节。

前两日,国内知名娱乐机构DMG娱乐传媒集团,与美国华特迪士尼公司共同宣布:曾经在全球影市卷走10亿美元的系列电影《钢铁侠》,将被深深地打上中国烙印。双方将结成全球战略合作伙伴关系,并将合拍好莱坞大片《钢铁侠3》。据悉,《钢铁侠3》将是第一部真正意义上的中美合拍好莱坞大片。在这部《钢铁侠3》中,DMG将全程参与到该片的前期策划、资金、剧本、选角、拍摄、宣传、发行等各个环节。

或许只有中方真正介入到这些核心环节,“中国元素”才有可能最大限度得到发掘。



《2012》海报

中国元素,必会井喷

为何“中国元素”会被好莱坞大片如此重视?难道“中国元素”真的就是法宝吗?对此,部分影评人在接受记者采访时均表示,“中国元素”在好莱坞大片中呈现出井喷局面是一种必然。

中国元素风光无限有原因

江苏省电影学会副会长张永祚告诉记者,“首先,最近几年,中国电影市场飞速发展,《阿凡达》《变形金刚》《敢死队》等影片的票房高居世界第二,精明的好莱坞商人不会视而不见。在这种情况下,影片增加一定的中国元素,肯定更容易进入中国市场。其次,中国经济的飞速发展,使得中国在各个方面表现出来的吸引力大增,尤其是中国悠久的历史、文化,本身蕴含的丰富内涵,也是西方世界想了解的。再者,‘中国元素’在好莱坞大片中亮相也是由来已久的事情,有了一定的基础,所以如今这种有点井喷的局面是一种必然的结果。”

著名影评人毕成功也表示,好莱坞大片在这两年确实越来越重视中国市场,通过各种方式来博得中国观众的欢心,到中国取景、选择中国演员等等。“但是说‘中国元素’是 Hollywood 大片的吸金法宝,这多少是国人一厢情愿的想法。确实有些影片看重了中国的市场,会故意讨好中国观众,但是如果仅仅把这些影片在票房上的成功归功于中国元素的运用上,是相当不明智的。”

低层面展示中国元素走不远

虽然“中国元素”越来越多地在好莱坞大片中出现,但是张永祚表示,这些所谓的中国元素,有些还是停留在低层面的展示上。“在中国取景,选几个中国演员,这些在我看来,都不能算是展示中国元素。在我的理解中,中国元素还是要上升到文化层面,去探究中国的文化习俗、中国的精神内核,目前这些还是远远不够的。”张永祚表示,现在也有许多好莱坞大片是以“中国元素”为噱头,到中国市场来圈钱。“这些影片对中国元素的运用并不到位,甚至会有扭曲,如果一次两次可以糊弄,但是肯定走不长远,不能低估中国人的审美。”

国内影人,该警醒

如此多“中国元素”的闪现,让国人有些欣喜,但是正如《功夫熊猫2》上映时那样,也有很多人会慨叹,为何我们不能在自己的电影中,将这些中国元素进一步发扬光大呢?

对此,张永祚表示,目前中国的电影市场多少有些浮躁。“很多人根本就没有静下心来做一部电影,没有真正去了解观众想看什么,现在许多国产影片都是到影院一日游,因为不接地气,没人看,上映一天就被下片。归根到底,还是电影圈的心态太浮躁。”

毕成功也表示,随着《钢铁侠3》的启动,中美合拍大片的模式势必会让中国元素更进一步地展示出来。“在这种新形势下,我特别替国内电影人着急,因为他们对好莱坞缺少基础性的了解,导致对接上存在问题。只有更好地知己知彼,才能走得更远。”

想想我们该怎么办