



甄子丹分享多年來的感悟。記者倪夢環攝



甄子丹當年與李連杰上演了一場精彩的對打戲。



甄子丹坦言與泰臣交手要「小心」。

接西片原則須尊重中國文化

甄子丹冀用影片作軟性宣傳

香港文匯報訊（記者夏微 上海報道）14日，第24屆上海國際電影節甄子丹大師班環節，在一個半小時的對談分享中，甄子丹不僅回顧了從業以來的種種經歷，更是毫不吝嗇地分享了他對動作電影的諸多看法與思考，特別是談及對香港動作電影的反思時，他表示，個人風格比用錢堆砌的特效更有味道。

「我覺得不僅是香港，人有一種生存的力量，當我們遇到最糟糕的一個遭遇的話，我們會想一些辦法去求生的。我們沒片拍，我們怎麼生存，又沒有錢怎麼拍的，可是香港那個時候拍出了好多經典作品，都是從低成本的狀況拍出最經典的。」甄子丹回憶起早期的香港動作電影市場感慨道，那時香港動作片分了不同班底，不同班底出身的不會隨便串場，「有點像江湖的味道。」曾有一段時間，洪家班、成家班因有嘉禾的支持，大製作，很賣座，「八爺（袁和平）是很困擾的，3年沒拍電影，他3年沒拍電影我也3年沒拍。」面對這一境遇，性格直率的甄子丹在參考了李小龍等人的動作電影後提出，「我們沒錢，那些是用錢堆出來的，我們就打個人風格。」從那時起袁和平的動作電影風格有了微妙的變化。而這方法一直延伸到了甄子丹與吳京合作的《殺破狼》中，「我記得製片問我需要什麼道具，我說什麼都不需要，我只需要跟吳京兩個人去打，兩個人的風格，這個不是道具能做出來的。」

難忘與李連杰泰臣對打

在甄子丹的從影生涯中，有不少高手對決時刻，但他卻坦言，「那麼多人我合作過，其實有兩個讓我打起十二分精神的，第一個是李連杰，第二個就是泰臣。」

甄子丹稱，拍《男兒當自強》時，徐克找他回來飾演大反派就是為李連杰（飾演黃飛鴻）製造一個最強大的壓力，所以那個時候大家都是全力以赴，用最快的速度，「李連杰真的很快，確實是一個強大的對手。」

而拍《葉問3》時找到了泰臣，令甄子丹很是興奮，「泰臣是我的偶像，我像一個小粉絲一樣，因為我小時候沒有入行就看他的打拳。」可與此同時，甄子丹告誡自己，泰臣不會拍戲，因而打鬥時不會留手，「跟他

演對手戲的時候，我就告訴自己，這個必須要很謹慎，不要以為你是在拍電影，你真的要當自己是在拳壇裏面跟他對打，生死之決，千萬不要有稍微一點點的大意，你一點點大意別說KO了，會死人的。」特別是袁和平在拍攝時會要求將武打動作做滿，「我不能早閃，必須要等到他差不多到我的頭再閃，這個多危險啊，幸好我把那個拳閃了，當時我感覺到他的拳的風，就像一台大的貨車衝着我來，我感覺到那種風。嘩，現在我的腦海還記得！」

淚灑《怒火》上海發布會

如今，國際市場對甄子丹頗為認可，諸多大片邀約其出演，甄子丹直言，如果沒有《葉問》，就沒有眾多的好機會、好導演、好項目找他，也就沒有機會去自我提升。而談及加盟《疾速追殺4》時，他表示，「每次我接那些西片，我覺得是給我一個機會，讓全世界看到中國演員的魅力。」在接到邀約



甄子丹與謝霆鋒13日晚出席《怒火》上海發布會，導演椅置於中間。



子丹憶已故導演陳木勝感觸落淚。

後，他非常坦白且謹慎地向片方確認——角色和內容是否尊重中國文化？「不尊重的話，一定不會接受的。片方回覆說他們很喜歡中國文化，我在看過劇本後覺得各方面都不錯。我也希望利用影片來『軟性宣傳』中國文化，消除刻板印象。」

另外，甄子丹與謝霆鋒13日晚出席英皇電影《怒火》上海發布會，兩人亦不約而同稱要藉《怒火》尋求突破及更上一層樓的最大決心，數年沒接動作片的霆鋒直言手癢又腿癢，得悉跟偶像子丹合作就更興奮。惟影合照時子丹和霆鋒看到台上留了一張空的導演椅，象徵去世的陳木勝導演，二人即忍不住轉身抹眼淚。

「三大媒體企業」聯手70個影視項目 找好故事 打造中國特色IP產業鏈



騰訊集團副總裁、騰訊影視集團副總裁程武表示正在積極尋找「解題思路」。

香港文匯報訊（記者 章蕙蘭 上海報道）騰訊影視、新麗傳媒、閱文影視日前在上海聯合發布了《1921》、《人世間》、《心居》、《贅婿》第二季等70個影視項目。這是繼去年三個影視主體宣布結成「三駕馬車」後第二次同台。新冠疫情放大了影視業的不確定性，如何在高度不確定性中尋找篤定感，騰訊集團副總裁、騰訊影視首席執行官程武坦言「還不敢說已經有答案」，但「三駕馬車」正在積極尋找「解題思路」。在其看來，從現實題材「富礦」裏找「好故事」、系統開發優質網文、打造中國特色的IP產業鏈等三個方向，或是對抗不確定性的三劑「良方」。

在騰訊新文創戰略的縱深推進下，騰訊影視、新麗傳媒、閱文影視於2020年10月，宣布結成影視聯合生產體系，成為騰訊和閱文深度布局影視產業、強化數字內容耦合、提升IP打造效率的「三駕馬車」；並在《慶餘年》、《八佰》等作品之後，繼續推出了《流金歲月》、《贅婿》等一系列兼具市場熱度和口碑的佳作。論及疫情下的產業趨勢，程武重點談

到了影視業的高度不確定性：「影視業的特殊，在於它既是創意的、工業的、商業的，也是文化的、藝術的，更是社會的、生活的，這些豐富的屬性和影響因素相疊加，讓影視作品的創作變得日益複雜且難以預測。」如今，疫情放大了這種不確定性，把這些挑戰進一步擺到了所有人面前。

推動創意源頭生態化

對如何提升影視業務的確定性，程武介紹了三個方向的思考。第一個方向是從現實題材的「富礦」裏找「好故事」，凝聚集體情感是最大確定性。他從《八佰》、《你好，李煥英》、《流金歲月》等爆款作品入手，指出源於現實的作品，迸發出了強大的情感勢能與社會影響，成為中國影視的新主流。現實題材作品也是「三駕馬車」投入最大的類型，當天的發布會上，程武介紹了由《1921》、《人世間》、《心居》組成的「時代旋律」三部曲，「要講好現實題材故事很難，但卻是講好中國故事的必修課，未來我們將投入更大力度，講好中國故事，塑造更多時代IP。」他表示。

第二個方向是系統地開發好優質網文和動漫IP，打造更多像《慶餘年》和《贅婿》一樣的IP系列化精品，因為經過大量用戶情感和多重內容形態驗證的故事，是對抗不確定性最寶貴的資產。數據顯示，在2020年熱度最高的網劇中，網文改編的比例已提升到60%，網文生態正逐步成為中國影視產業的最大創意「苗圃」。

有基於此，騰訊影視、新麗傳媒、閱文影視從《慶餘年》、《贅婿》開始，就已經嘗試按照系列化、季播的方式來做作品開發，並通過專業協同提升效率，「希望把平台上更多已經被驗證的好故事，打造成用戶『追更』的影視精品。」

第三個方向，是廣泛聯動行業夥伴，不斷推動創意源頭的生態化和製作過程的工業化，打造中國特色的IP產業鏈，在整個創作生態層面來提升確定性。程武認為，創意雖然沒法工業化，但可以生態化。只有充分立足閱文、騰訊動漫這樣的創意生態平台，穩定持續地輸出好故事，源源不斷地孵化好IP，同時不斷提升影視製作的工業化能力，才能真正構建起一條有中國特色的IP產業鏈。同時，程武宣布騰訊影視和貓眼將在「騰貓聯盟」基礎上開展更深度合作，為優秀作品提供「全文娛、全鏈路、全場景」的宣發支持。

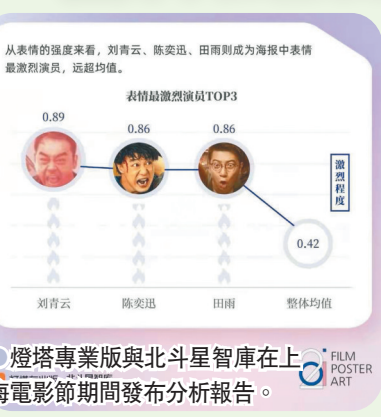
事實上，騰訊和閱文正在推動的變化，遠不局限於「三駕馬車」本身。在前期登場的2021閱文年度發布會上，正式啟動了「大閱文」戰略升級，程武明確閱文將基於騰訊新文創生態，以網絡文學為基石，以IP開發為驅動



電影《1921》主創等合影。

力，開放性地與全行業合作夥伴共建IP生態業務矩陣。作為「大閱文」業務體系的重要組成部分，「三駕馬車」將在IP塑造和價值放大上扮演更重要的角色。程武也在演講中表示，將持續推進業務深度整合，將「三駕馬車」打造成一支充分聯動閱文集團、騰訊動漫，打通產業鏈條的中堅力量，並以此為依託，聯動更多合作夥伴，激活影視這個IP核心引擎，共同為IP產業鏈注入更大動力。

中國電影海報分析報告出爐 劉青雲陳奕迅表情最激烈



香港文匯報訊（記者 倪夢環 上海報道）燈塔專業版與北斗星智庫在上海電影節期間發布《中國電影海報數據分析報告》，報告顯示，近3年的電影主視覺海報中，劉昊然與岳雲鵬以累計4次的「高興」表情並列成為海報中「最高興」演員，劉青雲、陳奕迅、田雨則成為海報中表情最激烈的演員，古天樂則是近3年電影海報出鏡率最高的「真劳模」。此外，與孩童對世界的探索與好奇心理高度契合，動畫電影海報的「驚訝」情緒遠高於其他題材。

另外數據顯示，2018年至2020年，平均每張電影海報上有3.6人。其中，動作、喜劇片海報上的角色人數較多，而驚悚片海報平均人數最低，僅有1.5人。報告分析，喜劇片海報人數多，但人像佔比面積相對偏低，海報側重表現角色的互動關係，烘托喜劇氛圍；驚悚片人像佔比最高，角色的面部元素露出為更重要的視覺呈現，以塑造更為驚悚的觀感效果。

戴瑋讚賞 鄭雲龍眼神出色



香港文匯報訊（記者 倪夢環、夏微 上海報道）電影《柳浪聞鶯》發布會13日在滬舉行，該影片講述了江南越劇團中兩個女孩與命運抗爭的故事，全劇以越劇文化為最大的看點，場景中也將大量展現嵎州的景觀、古戲台以及近20分鐘的越劇唱段。這也是演員鄭雲龍首次「觸電」之作。

對於鄭雲龍的表演，導演戴瑋稱其確實是一個好演員。她說，原先對鄭雲龍的印象較為陌生，且認為他個子太高外形太帥或者不符合角色特徵，不過，在真正接觸鄭雲龍後便徹底改變了態度。「我覺得他的眼神就是工欲善（宮扇）」戴瑋回憶。

鄭雲龍第一次談及讀劇本感受便直言：「我從小就跟着媽媽在戲園裏面跑，有那樣的氛圍，我也特別想演這樣的戲，但是我仍很擔心做不好。」幸獲戴瑋鼓勵及肯定，就這樣《柳浪聞鶯》成為了鄭雲龍的首部大銀幕作品。

據透露，為了演好宮扇這個角色，鄭雲龍為此減重20斤（約22磅），他很敬業，他會自己找這個人物的特徵，而且拍攝過程中，兩位女演員跟他的互動特別多。