

第64届戛纳电影节

中国动画片
在戛纳卖得不错

据新华社电 第64届戛纳电影节23日落幕,戛纳电影市场也“打烊”。今年的戛纳电影市场上,中国动画片“卖得不错”。

中国电影海外推广公司董事长杨步亭说:“这次戛纳电影节,中国的动画片卖得不错。这么多年来,大家对好莱坞动画片也看得有点审美疲劳了。突然来了中国的动画片,中国传说中的动物和人物,让人觉得新鲜。制作方面,(中国)数字制作技术也在迅速提高,虽然跟美国和日本比,中国发展比较晚,但追的速度比较快。”

中视互动集团帷幄动画公司总裁吴旭介绍说,获得华表奖的首部中国国产3D动画大片《麋鹿王》在戛纳电影市场引起多国买家的关注,“有些韩国、南美和中东的购片商非常感兴趣,一些中东发行商看了3分钟片花就签了购买合同”。

《麋鹿王》讲述了温柔天真的麋鹿公主因吃下仙草而变成少女,在寻找麋鹿王的过程中,同人类王子发生浪漫爱情的故事。吴旭还透露:“公司制作的另一部动画片《疯狂汽车》还没制作完毕,已经预售给海外市场了,这也是对我们中国动画片制作质量的一种信心。”

中国电影海外推广公司今年组织了15家中国制片和发行公司在戛纳电影市场设立中国展台,推出30影片,其中动画片还包括《小猪巴尔》和《老吴一家》等,故事片包括《回马枪》和《万有引力》等。



戛纳之于华语电影

戛纳对于华语电影而言,意味着什么?曾经的金棕榈奖,已是过眼云烟。如今,戛纳对于华语电影而言,也是一笔生意,一场时尚秀。

华语电影显然已将戛纳变成了一个争夺市场、展示自己的地方,专业电影杂志《银屏》又找到了一个新的广告大客户,来自中国的电影纷纷买下其各大黄金广告位,《武侠》《白蛇传说》和《大武生》纷纷掏钱刊登广告,戛纳街头也张扬着巨幅华语电影的海报广告。

不管是抱着真心支持中国电影的发展,还是垂涎庞大的中国电影市场,戛纳电影节也越来越重视中国。电影节“电影市场”与中国电影频道合作,连续5年举办盛大的“中国电影之夜”活动。本届电影节期间,“中国电影之夜”活动奉送的两场华丽的烟花演出,让“中国电影之夜”成为今年戛纳电影节最炫目的活动之一。

在“电影市场”内,中国电影发行商、投资者和片商也开始占有越来越大的摊位,举办越来越豪华的宴会,守在门口的保安们会突然开口说“你好”,电影节官方网站的中文版也给人们提供了极大的方便。种种迹象表明,中国电影已经开始深入戛纳的诸多角落,给不给奖项,已经不能阻挡中国电影的步伐。

(据新华社电)



多吉三度交锋险些丧命

《藏獒多吉》
曝光凶狠罗刹

本报讯 由日本动漫三巨头丸山正雄、小岛正幸、浦泽直树合力打造,改编自畅销小说《藏獒》的动画冒险电影《藏獒多吉》将于6月28日正式公映。23日,片方曝光了一组片中反派头目罗刹的造型,透露出了罗刹凶狠的造型。

据介绍,在影片筹备过程中,苦于无法在现有形象中找到灵感的导演小岛正幸多次前往西藏采风,“有一次来到雪山上,我忽然想到它并非一定要存在于现实中,可以是一个虚构的形象,就像我身处的那座雪山,因此,我们就设计出了现在这个形象。”小岛正幸透露。

在罗刹的造型设计完成后,对这一“凶徒”将以何种方式亮相,也成了导演考虑的重点,“亮相必须独特,要将反面、神秘、邪恶而强大的力量感渲染到极致。”导演小岛介绍,为尽可能表现出罗刹的凶猛,大家特意在开篇不久便设计了一场马群惨遭神秘力量屠杀的桥段,“一点点去渲染罗刹身上令人毛骨悚然的特质,逐渐让情绪达到高潮。”这样再让主角多吉与罗刹三度交锋险丧命,表现多吉的磨难。(钟新)