

当一部作品上升到一个社会现象

吴京:电影上映后,就和我无关了

17日,《战狼2》票房已接近49亿,跑完全国30站路演的吴京也终于回到北京。吴京在接受采访时格外淡定,他说:“今天之后不想再接受任何有关《战狼2》的采访,不想再去谈什么创造纪录。说实话,电影上映那一刻之后,这件事已经和我无关了。”接下来,他的生活还要回归日常,“该去上EMBA充充电了,儿子也需要爸爸的关怀了。”

我的财富 都会用在电影上

《战狼2》上映以来,不断刷新着国产电影的票房纪录,各大媒体和影评人争相分析《战狼2》火爆的原因,而吴京一句话就切中了要害:“当一部文艺作品上升到一个社会现象,其实再来的都是运气,和创作者无关了。”他深知,《战狼2》并非完美的作品,“观众宽厚,缺点都看到了,只是不说,我有什么可吹牛的。”

可是,不论他如何低调,总躲不过外界对于49亿的种种猜想。“谢谢大家关心我的财富,现在还没算过呢。当初拍第一部的时候,我就说过,如果赔了可以过苦日子,我可以再去拍电视剧,接点小广告,攒点钱,接着拍电影。但是如果这辈子完不成自己的愿望,挣那么多钱也没用。”无论赚多少,吴京说,“我的财富永远都会用在电影上,因为人到最后就是一抔黄土。”

对于网友们冀望他能扛起武侠片、动作片大旗,吴京笑称,“我只对观众负责,对电影负责,我不能对类型片负责,扛起大旗,这是给自己刨坑呢。每个武者都想开创时代,对我来说,我的人生才刚刚开始。”

国产电影 还是要“回归初心”

《战狼2》火了,吴京的大名也传到了海外。有消息称,吴京每天能接到15个好莱坞的电话,问他会不会英文;更有传闻说,史泰龙邀请吴京参演《敢死队4》,直接被吴京拒绝。当记者向吴京求证这些消息时,他一一否认了,“还没有接到邀请”。就算真的接到了,他也不会拒绝。“我目前想把中国电影拍得更好,就要多学好莱坞技术,学习香港的制片能力。如果有偷师的机会,何必在乎去哪儿。电影本身就是无国界的,更何况军事题材,反战主题,更是无国界的。”

国产电影如何才能进步?吴京认为,还是要“回归初心”。“我这次去新西兰做后期,看到他们的特效师对技术的钻研、对专业的热爱,才形成了自己的产业。如果失去本心,一切为了功利,观众的眼睛是雪亮的,骗不了人的。”

吴京认为,自己最大的收获不是什么纪录、什么头衔,而是拍摄《战狼2》所经历的过程,所积累的经验。“从动作上,一镜到底,水上水下,我完成了,这是我吹牛的资本;坦克漂移大战,外国电影人没经历过,中国人先干了,骄傲;军事类型电影,别人在拍,对不起,我抢先了一

步,而且是把全世界的精英会集到一起,我是第一个吃螃蟹的人,这份经历是真正的财富,不是多少亿票房可以换来的。”

至于票房火爆给自己带来的创作压力,吴京承认确实有,但自己也在调节。“只要守住自己的本心,尊重电影、尊重观众,观众还是会尊重创作者。其实观众心里是雪亮的,他们看的不光是作品,而是你的态度。”吴京认为,能够得到这么多观众的厚爱,其中一个原因就是自己的真诚。

年轻演员 只选对的不选贵的

因为张翰的出演,《战狼2》也再次掀起了关于年轻偶像演员能否挑起演技重担的争论。吴京早前关于“年轻演员开出天价片酬”“临开机女主角涨片酬不得不换角”的爆料,更是频频登上热搜。

再度被问及这个话题,吴京认为,“谁都有过青葱岁月,不要戴着有色眼镜去看待年轻演员。”他坦言,对某些年轻演员不敬业的报道,他确实也经历过,但这不能一味去指责演员。“有时候他们知道自己这样做不对,因为他们的经纪人体系是来自港台,包括后来的日韩,经纪人把艺人包裹起来,大家都想赚快钱,缺少培育人才的过程,捧红三年,吃你三年,之后爱哪去哪去。没人教他们什么叫职业道德和操守。”

吴京说自己很幸运,“袁和平、张鑫炎导演带我入行,没戏的时候就让我当群演,涂上血浆当死尸,收工还要帮着拿设备。同时,他们还教我各种技能,骑马、开枪、游泳,这些都是工具,不能等到拍戏再学。”可惜的是,这些基本的职业精神没有传承下来。“没人告诉现在的年轻演员,守时是最基本的条件。他们生活在什么世界里呢,‘啊,你手受伤了还坚持工作,你太棒了!’这是他们的可怜之处。他们想不想敬业?想,但是他们不知道方法。”

他认为,在这一点上,无论是电影界的前辈,还是媒体舆论,都应该给予良性的引导。“我们有责任告诉他们,而不是一味地觉得他们都不行,毕竟,今后我们还要靠他们来接班。”

至于下一部会不会请大牌明星或流量小生来参演,吴京还是那句话:“我们剧组只选对的,不选贵的。”在他看来,演员并不是越贵越好,“100块钱片酬能带来300块钱票房,你就值。但你的流量能否证明你值300还是值50,这只能由导演去衡量。第二就是看态度,你尊重角色,我尊重你,你不尊重职业,请你走开。但我只能对我的作品负责,我也不可能改变社会潮流。”

(李俐文)



吴京

□相关链接

电影市场的探路石

2002年,张艺谋的《英雄》曾扮演了探路石的角色,证明了中国电影市场的消费潜力其实深不可测。当前,中国电影仍然需要这样一块探路石,重新丈量一下市场的深度和广度。《战狼2》就是这块新的探路石。

2017年初,中国银幕数量达到44000多块,观影人数超过13亿人次。它还存在多大的增量空间?它的天花板是不是就快摸到了?这些问题,大多数人其实心里没底。这几天,《战狼2》票房冲击50亿元大关,大家又“嗨”了一下,说这是唯一一部非好莱坞出品的电影跻身全球票房100强。这除了说明国内市场足够大、消费能力足够强以外,“两者之间的可比性”是一个值得深入思考的问题。

假如《战狼2》的票房超过50亿元,甚至55亿元,是不是就摸着中国电影市场的天花板了呢?我们可以参考一

下韩国的数据。韩国2016年票房冠军是《釜山行》,曾创下1156万的观影人次纪录,占韩国人口总数的22.5%。我们把这个数字换算到中国,按35元一张的平均票价来算,票房就会超过100亿元。

再看中国的银幕数。2017年3月,中国以44489块银幕总数超过北美的43531块。但是,中国到底需要多少块银幕,才能满足市场的需求?我们以北美为基数,也还有至少2-3倍的增量空间。

可是,这么大的市场,国产片的创作团队真的准备好了吗?

假如《战狼2》的票房达到50亿元,按照三分之一制片成本的测算方法,国产电影单片投资的极限值将进一步被放大到15亿元左右。

这么大的投资额度,国产电影的创作、制片、管理、营销等各个环节,能不能满足这种投资规模的要求?答案几乎是不言而喻的。

所以,某种意义上,《战

狼2》的市场成功,在短时间内还是一个难以复制的个案。没有必要因为这部电影的成功,就对中国电影市场的总体现实做出某种不恰当的判断。试想一下,假如要拍《战狼3》,投资人会如何想象和定义它的盈亏平衡点?吴京又如何来保证下一部影片的盈利率不会输给《战狼2》?其实,我们并不担心吴京会输给自己的票房纪录。我们担心的是,在拼下这单大生意的过程中,他和他的团队能否保持创作初心?

这样一看,又会把话题带回到国产片创作质量和单片市场竞争力这一老生常谈的内容上。后面的的日子,我们依靠什么来拉动市场的持续增长?答案只有一个,就是电影的内涵,包括电影文化消费的多样性、技术装备的先进性、制片工艺的精细化、创作质量和单片竞争力等等。

(石川)