

# 張藝謀作品《懸崖之上》出戰奧斯卡

【大公報訊】張藝謀執導的諜戰片《懸崖之上》，確定參與角逐「第94屆奧斯卡最佳國際影片」。

中國公布由《懸崖之上》競逐奧斯卡最佳國際影片。中國香港、台灣地區則分別以《媽媽的神奇小子》和《瀑布》參與競逐最佳國際影片。此外，韓國由金倫奭、趙寅成主演的《逃出摩加迪休》出戰，日本則是濱口龍介執導的《Drive My Car》。

對上一次亞洲電影拿下奧斯卡最佳國際影片是在2020年，由韓國電影《上流寄生族》(Parasite)奪得，該片還勇

奪最佳電影。今年則是由丹麥、荷蘭、瑞典三國合拍的喜劇劇情片《醉美的一課》(Another Round)，拿下最佳國際影片。

《懸崖之上》講述二十世紀三十年代特工們在嚴峻考驗下與敵人鬥智鬥勇，執行秘密行動的故事，演員包括劉浩存、張譯、于和偉、秦海璐、朱亞文等，累計票房11.9億元人民幣。

早前該片獲得亞洲電影大獎的最佳剪接獎，並在第34屆東京國際電影節中國電影周「金鶴獎」頒獎儀式上，摘得最佳作品獎。

## 四度衝「奧」

今次是張藝謀執導作品第四次衝擊奧斯卡最佳國際影片獎(前名最佳外語片獎)，之前三部電影分別是1991年的《菊豆》、1992年的《大紅燈籠高高掛》和2003年的《英雄》。

「第94屆奧斯卡最佳國際影片」初選名單將於12月21日公布，最後五部電影的入圍名單則在2022年2月8日公布。

第94屆奧斯卡頒獎禮將於2022年3月27日舉行。



▲張藝謀(前排)在《懸崖之上》拍攝現場。



▶《懸崖之上》將角逐奧斯卡最佳國際影片獎。

# 五年鑄造《狼行者》入圍奧斯卡

# 製片人楊瑩：讓世界看到手繪動畫之美

平面世界

今年，一部愛爾蘭手繪動畫《狼行者》成為影壇黑馬，被提名且入圍了第93屆奧斯卡金像獎，更斬獲其他三十八項國際大獎、一百一十項提名，預計將於十一月在香港M+博物館公映。這部電影的製片人楊瑩來自深圳，她用五年時間參與了《狼行者》劇本創作、全球發行、IP衍生品創意設計、商務授權與聯合營銷等各环节。與人們常提及的「深圳速度」不同，楊瑩以她的耐心與匠心，讓世界看到了這部影片的獨特與精美。

大公報記者 胡永愛



▲《狼行者》製片人楊瑩。大公報記者胡永愛攝



◀《狼行者》每一幀畫面都彷彿繪本一樣唯美。受訪者供圖

▶《狼行者》中的主角為兩個小女孩。受訪者供圖

「嗷嗷……」記者第一次見到楊瑩時，是在《狼行者》深圳專場觀影現場，她帶着現場觀眾一起學狼叫。電影在內地上映時正值暑假，小朋友和父母一起走進影院，楊瑩會耐心地對他們的問題進行解答。

沒有立體形象的人物，沒有逼真的場景，《狼行者》用純手繪的畫



◀楊瑩(中)在電台工作期間，與劉德華(左)、甄子丹合影。受訪者供圖

## 轉型電影製片人

從電影節目主持人到電影製片人，楊瑩說自己是從「提問的人」轉型成為「解決問題的人」。

《狼行者》劇本創作過程中，楊瑩從市場的角度，就曾給卡通沙龍提出了一些建議並被採納：愛爾蘭元素太多以至於需要大篇幅的背景解釋，電影要推向全球觀眾就需要減少相關內容；原本一男一女的設定會過於套路化，建議換成兩個女孩，女性話題更符合當代關注的趨勢……

「另一方面，真正做製片人後，發現與之前的從業經歷是截然不同的。」現在的楊瑩，更像是一個項目經理，「從版權、創作、投資、發行、推廣……從頭到尾每個環節都需要參與把控，我要對整部電影負責。」



畫▶《狼行者》為純手繪動畫。受訪者供圖

面，構建了一個「平面」的世界，電影彷彿變身成一本可播放的繪本，這便是《狼行者》的特別之處。「目前市場上以迪士尼為代表的3D電腦動畫佔據絕對主導地位，我們這部電影則回歸了二維動畫，用五年時間畫出了十五萬張手繪。」楊瑩說。

## 專注藝術電影賽道

作為《狼行者》的出品製作方，深圳宏禧文化傳播股份有限公司(以下簡稱「宏禧文化」)於二〇一六年成立，彼時，國內外電影行業已經非常成熟，商業電影也已經是主流。加入宏禧文化後，楊瑩擔任執行總裁，一直專注於挖掘小眾的藝術電影。《冰雪大作戰》《瑪麗與魔法之花》《淘氣大偵探》《長江圖》《我想吃掉你的胰臟》……她將多個小眾影視IP引進內地或推向國際市場，其中《冰雪大作戰》《至愛梵高》等動畫電影票房遠超預期，這也讓楊瑩思考，動畫電影是否可以找到3D動畫之外的講述方式？

二〇一七年，愛爾蘭動畫工作室卡通沙龍開始孕育「愛爾蘭民間傳說三部曲」的最後一部，即《狼行者》。楊瑩在內地一個動漫展上認識了工作室創始人之一Paul Young，了解到了這個創作計劃。「當時《狼行者》還只是停留在一個簡單的想法，但我已經下定決心要與他們合作。」與Paul Young深入溝通後，楊瑩被卡通

## 打破傳統

二〇二〇年起，觀眾消費習慣逐漸轉變，再加上新冠肺炎疫情反覆，即使正值暑假，線下院線電影也不復往年盛況。《狼行者》也經歷了點映場次減少、推遲上映、上座率不高等情況，但因線上流媒體的早布局，仍有不錯收益。

二〇一八年《狼行者》完成劇本開發後，蘋果公司就決定投資該電影，購買線上版權，宏禧文化也成為了第一家與蘋果公司合作內容的中國公司。後來，楊瑩收到反饋，蘋果對《狼行者》在APPLETV付費點播量很滿意，獲得了不錯的收益；而《狼行者》獲得國際獎

眼光準繩  
沙龍多年來純人工手繪的匠心所打動，決定參與出品製作該電影。

目前，《狼行者》獲得了第93屆奧斯卡金像獎最佳動畫長片提名及入圍、第78屆金球獎最佳動畫長片提名、第74屆英國電影學院獎最佳動畫片提名，以及第48屆動畫安妮獎最佳獨立動畫長片等獎項。

## 冀掀手繪動畫熱潮

《狼行者》在豆瓣開分達到8.2，叫好亦叫座。「我們的電影想要做給〇〇後看。」楊瑩認為，「這代人的成長伴隨着動畫及無處不在的互聯網信息，他們的見識與審美水平較高。在電腦三維動畫佔據強勢地位的全球化大背景下，一種獨特的、個性的表達方式肯定會有受眾群體。」上世紀，上海美術電影製片廠為代表的團隊製作了大量經典作品。如今，這樣的專業團隊已幾近消失。楊瑩表示，宏禧文化已開始接觸內地手繪團隊，希望可以打造一個本土的工作室，帶動中國行業以及年輕人回歸手繪動畫的熱潮。

## 擁抱流媒體找出路

項及提名，蘋果也會給予相應的獎勵，「疫情下，線下院線不確定因素太多。線上平台的購買和獎勵機制，對我們這類公司來說很重要。」她說。

現在，楊瑩辦公室的牆上、桌上擺着《狼行者》各色IP衍生品。與傳統電影運營不同，宏禧文化從一開始就沒有把全部風險押在票房上，而是從衍生品收益、國際新媒體版權收益、電影節獎金、各國政府補貼等方面平衡投入，降低影院觀眾流失的風險。

## 小眾電影要與大眾連接

七月初《狼行者》在內地上映後收穫好評不斷，但楊瑩仍然對這個行業保持着清醒的態度：走藝術電影這條路注定不易。要讓更多人了解到、有意願去觀看這些優質的小眾電影，楊瑩首要目標是「活下來」，那麼電影就需要與觀眾有所連接，讓他們觀影時有共鳴。《狼行者》電影中，小女孩蘿賓作為一個年輕的學徒獵人，和父親一起來愛爾蘭生活，為了向父親證明自己而獨自進入森林尋找狼，卻在森林中遇見了可以變成狼的女孩米巴，兩人最後成為朋友並合力拯救了森林。在電影公映現場，大多是大人帶着孩子一起觀影，不僅孩子們在觀影過程中被深深打動，很多成年人也被電影所感染。

二〇一七年，宏禧文化在中國發行了加拿大動畫電影《冰雪大作戰》，最終收穫了四千三百萬元(人民幣，下同)票房，超出行業預估四倍；同年底，傳記類動畫影片《至愛梵高》，其小眾藝術電影的標籤本不被看好，最終收穫近七千萬元票房以及超高市場口碑，創全球單地區最高票房成績……

楊瑩選擇藝術電影的眼光準，因為她認清了藝術電影與文藝片的區別。「文藝片是作者的個人表達，藝術電影則應該與大眾有至少一個方面的連接，例如《至愛梵高》故事性不強，但梵高這個IP就足以引起大家的共鳴。」



掃一掃 有片睇



▲《狼行者》內地線下見面會上，楊瑩(左)耐心解答現場觀眾的問題。大公報記者胡永愛攝