

●影片中一些雪花飄落的細節是以特效完成。

《長津湖》全面檢閱中國電影的工業化水準

于冬續與港影人一起開疆擴土 合力共生

《長津湖》在港上映後，票房成績不俗的同時，也在本港掀起多輪熱話——要多了解自己國家的歷史、要和平不要戰爭、要珍惜當下來之不易的美好生活，成為不少觀眾的共識。這部影片能讓香港觀眾對不太熟悉的歷史產生「同頻共振」，博納影業集團董事長于冬在冬日廣州接受香港文匯報專訪時笑得十分燦爛。

人逢喜事精神爽。影片票房登頂中國影史榜單後，于冬在接受訪問時表示，中國電影的工業化水準，通過《長津湖》這部電影得到了全面檢閱。中國電影產業化的發展也離不開香港電影人的合力塑造。電影《長津湖》95%以上的後期特效鏡頭，幾乎都由香港團隊和公司主導完成。

●採訪：香港文匯報記者 胡若璋 廣州報道 部分圖片由受訪者提供

《長津湖》以57億票房最新登頂中國影史榜首。這一喜訊傳來，于冬正從寒冷陰霾的北方落地暖如春夏的花城廣州。在經歷了密集的會務行程後，他才端着一小杯咖啡正式坐下來接受記者專訪。

「開心，但壓力也緊隨其後。」于冬的語氣有些克制。在他看來，紀錄就是用來打破的。《長津湖》上映以來，憑爆款之姿成為全民熱話。作為製片人，于冬還沒來得及為它開慶功宴，就必須心急火燎地投入到續集《長津湖之水門橋》的補充拍攝和後期製作工作中去。

「博納+港導」拍主旋律題材拿手

《長津湖》上映至今，于冬也留有遺憾。比如，未能留給後期特效團隊更充分的時間去精益求精；未能在港澳台海外同步上映。不過，隨着香港上映首周票房破千萬、影片全球超9億美元等票房信息傳來，尤其是不少香港觀眾對於影片產生的「共情」，這些遺憾也稍稍得以彌補。

「通過新聞報道我見到香港市民觀影後的哽咽，以及了解了祖國歷史後的那種心情。」于冬告訴記者，通過視頻圖文看到這種「同頻共振」的真摯情感，讓他和主創人員都心懷感恩——多年的辛苦和堅持是值得的。

拍主旋律商業影片，博納已經是老手。從2013年攜手徐克導演出品《智取威虎山》到今年上映的《長津湖》，博納出品且已上映的9部主旋律電影，均為香港導演執導。面對外界津津樂道的「博納+香港導演+大製作」模式，于冬並不掩飾自己的「驕傲」，但同時也坦陳：這並非簡單的一個模式，但確實通過這十多年的合作，大家一起做到了創造性的轉換、創新型的表達。而這些經驗和積累在電影《長津湖》得到了集中爆發。

于冬直指，爆發的點在於，很多香港導演跳出了以往香港警匪片、動作片的單一類型，在創作主旋律題材方面，正以一種超越荷里活同類級別戰爭戲的製作標杆，慢慢走出了華語電影的創新發展路徑。于冬頗為自豪地表示，高票房背後影片的坐標意義在於——中國電影的工業化水準，通過《長津湖》得到全面檢閱。

「如果沒記錯，包括香港、內地、內地的86家特效公司參與到了《長津湖》的後期製作。」作為影片的製片人，于冬不無感慨地說，《長津湖》的成功，也是中國電影產業化10多年積累、發展的成果，其中香港導演和電影人的貢獻不容小覷。

95%特效鏡頭由香港團隊主導

目光回到2003年，內地與香港簽署CEPA。也是在這一年開始，80%的香港電影通過博納影業在內地上映。于冬回憶說，和香港電影人一起北上開疆擴土，這樣的合作已經不能用緊密來表達，稱之為合力共生也不為過，這關係未來仍會繼續深化。

在于冬看來，從投資拍攝《十月圍城》、《一代宗師》、《葉問4》、《竊聽風雲系列》等，到2013年開始以主旋律題材創作方面的合作，博納和香港電影人在信任積澱中共同成長和蛻變。

在和徐克、林超賢、劉偉強、陳國興等導演的合作中，他們學習的能力、迅速應對轉型的能力，于冬都深有感觸。猶記得，10年前內地拍大片，即使是和香港的合拍片，很多後期製作都得仰仗澳洲、美國的一些後期公司。十年河東，十年河西。現在，《長津湖》這部電影，95%以上的後期製作特效鏡頭幾乎由香港的後期公司和團隊主打完成。

為了向記者科普影片後期特效實力，于冬細數了影片中的諸多場景製作。比如，影片中大量的風雪特效，為了表現極寒天氣中，演員通過哈氣一抖動，雪花飄落這樣的細節，都需要特效去完成。另外，大場面如飛機在航母上起飛的兩分鐘鏡頭，後期花費了差不多十個月的功夫去打磨。

「這種能力我們現在都能做到，還能繼續地精益求精。」于冬笑着說道。《長津湖》上映至今，口碑和票房還在並駕齊驅，于冬也順勢向記者推介，原班人馬的續集《長津湖之水門橋》的戰鬥場景，徐克導演正在加緊補拍，其他的內容也已經在緊張的後期製作中。

珠玉在前，續集上映前，于冬的期望和壓力不言自明。



●于冬（中）和《長津湖》影片主創人員。



●于冬和徐克導演在片場。



●于冬探班林超賢片場。



●于冬讚大灣區似寶藏題材庫，想拍的題材很多。



掃碼睇片

海外發行和推廣要攻堅克難
盼中國片春節檔全球同步上映

《長津湖》在票房方面的奪冠之路，背後也沉澱了中國電影工業體系近20年的完善發展。作為內地頭部影視企業之一的掌舵者于冬表示，2035年中國要建設成文化強國，那麼對於電影從業者來說，也希望參與電影強國的發展建設。

奮鬥指南在前，于冬認為，從電影大國到電影強國一個很重要的標志：本國電影在本國市場佔有主導地位之外，其出口能力和國際影響力也需要一併提振。

「未來15年其實應該大力推動中國電影在海外的發行布局推廣。」于冬說，要使中國電影走到全世界，需要通用全球的電影製作語言、拍攝方法。華夏五千年的文明積澱，中國電影不缺好故事已經成為共識。于冬也直言，講好中國故事也需要找到好方法。其中，一個行之有效且能立竿見影的方法就是吸引更多全球化人才。眾所周知，荷里活發展匯聚全球電影精英人才。中國電影發展至今，亟需更多全球電影工業人才。除了導演人才，還需要製作人才、技術人才，包括合拍片中的國際優秀演員。

在于冬看來，除了要去國外舉行電影節、參加電影展的交流之外，其中最重要的一個途徑就是要進入全球各地的成熟檔期。

以春節檔為例，在中國電影市場，春節檔是最重要的檔期，大片雲集。但能否讓中國電影在春節檔，全球同步放映呢？這正是眼下中國電影發行人員需要攻堅克難的突破口。

「每年2月份，在歐美市場其實並非主要檔期，但全球有7,000萬華人，如果能讓港澳、海外和內地觀眾一起看電影過大年，這種交流的氣氛就會更濃郁。」他們不能老在朋友圈上去讀圖文感受中國電影的好看。」于冬期，續集《長津湖之水門橋》能爭取做到全球同步放映。

●于冬希望未來中國電影在春節檔將全球同步放映。 胡若璋 攝

被網友觀後感觸動

于冬：當下美好生活就是最大的彩蛋

71年前一場驚心動魄的戰役，在這個冬季讓不少觀眾哽咽啜泣。《長津湖》票房和口碑齊飛，作為製片人的于冬近期出席很多場合，都不忘向走進電影院的1.22億觀眾表示感謝。這麼多人有興趣去了解這段歷史，重溫那些可歌可泣的英雄故事，于冬說，影片做到了它關照現實的藝術表達。

在接受記者採訪的一個小時中，于冬很多時候都在緩緩講述和侃侃而談中從容切換。講到自己被觀眾反響所觸動的時刻，于冬說，印象最深的是，有網友說自己一直等着電影結束之後有彩蛋，可這部電影並沒有彩蛋，但當他走出電影院，看到眼前景象繁華、市民安居時，他忽然明白這眼前的一切就是電影的彩蛋。

這個觀後感觸動了很多網友的共鳴，同樣也深深觸動了于冬。他覺得，做這部電影的初心和意義已經被年輕人接收到了。這種「值得」的價值也在於：讓更多年輕觀眾對今天的現實社會增添一種關切，懂得珍惜這個和平年代，珍惜一切看似理所當然的幸福。

影片中有一句令于冬感觸萬分的台詞：「如果這一仗我們不打，就是我們的下一代打。」回過頭時，今年50歲的于冬，兒時記憶裏也曾被《上甘嶺》、《英雄兒女》這些影片的英雄故事所激勵。從業多年以後，他才敏銳地發現，這場新中國的立國之戰，很多年輕人讀過名篇《誰是最可愛的人》有所了解，但卻很少能在影視片中去感受和感動。

作為中國電影史上製作規模最大的一部電影，《長津湖》主創團隊用兩年多時間的細緻籌備、超過7萬人次的群眾演員參演、歷經188天的拍攝周期以及超大規模的服裝道具，這些背後的故事如今已被公眾津津樂道。

于冬說，《長津湖》除了陳凱歌、徐克、林超賢三位導演各展所長之外，編劇也下了一番苦功夫。據悉，初版劇本13萬字，精修後依然有6萬字。如今，內地社交平台上也有不少關於《長津湖》經典台詞摘錄的分享帖。「主創人員可以挺直腰板驕傲一回了。」有網友跟帖感慨。



●《長津湖》累計票房超57億，成2021年全球票房冠軍，圖為山西太原，觀眾在影院觀看《長津湖》。 中通社



●香港有市民於貼有《長津湖》電影海報的電影院外拍照留念。 中新社

「博納+香港」11部影片一覽

上映時間	影片	導演	主演	票房(人民幣)
2014	《智取威虎山》	徐克	張涵予、林更新	8.83億
2016	《湄公河行動》	林超賢	張涵予、彭于晏	11.86億
2017	《建軍大業》	劉偉強	劉燁、朱亞文	4.07億
2018	《紅海行動》	林超賢	張譯、黃景瑜	36.51億
2019	《中國機長》	劉偉強	張涵予、歐豪	29.12億
	《烈火英雄》	陳國輝	黃曉明、杜江	17.06億
2020	《緊急救援》	林超賢	彭于晏、王彥霖	4.85億
2021	《中國醫生》	劉偉強	張涵予、袁泉	13.28億
	《長津湖》	陳凱歌 徐克 林超賢	吳京、易烜千璽	57.22億(截至發稿日)
2022	《長津湖之水門橋》	陳凱歌 徐克 林超賢	吳京、易烜千璽	(待上映)
	《無名》	程耳	梁朝偉、王一博 周迅	(待上映)

香港文匯報記者 胡若璋 根據「貓眼電影」數據整理