



左图：八一厂厂长王晓棠在电影节市场的展台前和王佳彦（右）合影。供图/王佳彦

每到电影节总是忙得不可开交。许多观众只知“信老王，得加场”，殊不知他还是电影节的初代老臣子——当年在上海影城任职业务部经理的他，第一届电影节时已经挑起了“电影节市场”的重任。

“你说当年困难吗？那肯定是困难的，但是——困难得开心呀！”王佳彦告诉记者，当年影城郑重其事，在电影节开幕前就已经先行举办了一个升旗仪式，“不少著名演员都来了，还给首批8家参展影城举行授牌仪式。”

主会场设在上海影城，大光明、国泰、衡山等7家电影院为分会场。电影节开幕式当晚，新落成的上海影城就迎来近千名中外来宾。上海影城传说中的“神秘通道”，从那时已经成了王佳彦悄悄转移大牌明星的捷径，“索菲亚·罗兰一来，影城大厅挤得水泄不通呀，原路返回肯定不行”。

A类电影节必须要有市场环节，不像现在有偌大的上海展览中心可

以容纳上千展台，当时影城没有地方怎么办？王佳彦领队，把影城四楼和五楼的会议室空出来，搭起展台。“中国所有的大型制片厂都来了——上影、北影、珠影、西影、八一……我们请了警察学校的学员来站岗，一个个戴好白手套，像模像样。我记得那时候，陈佩斯还为自己的片子在市场吆喝呢。”

据考证，第一届电影节市场一共达成10笔影片交易，总额达2000多万元——奥地利电视台购买了大陆影片《启明星》，德国制片人杜尼约克购买了14部大陆美术片，德国杜尔玛公司购买了15部故事片，巴西购买了两部故事片，上海东方电视台购买了四部俄罗斯故事片、一部纪录片，新加坡要求试映《神龙车队》，巴西和澳大利亚欲购《杏花楼三月天》，南方公司希望上映《秋收起义》等。当年正逢电影拷贝统购统销政策有所松动，制片厂开始可以尝试市场化运营，某种程度来说，上海国际电影节的市场交易环

节，也是中国电影市场化的一个起点。电影创作者与市场的距离从此不再遥远，不久还将迎来“票房分账”的新世界。

这些年，王佳彦亲眼见证了上海国际电影节的更上层楼——电影票从手写变成电脑打印、电影字幕从依靠“解说员”到配备字幕机。“第一届的时候金爵奖评委都是和观众一起坐在影城1厅看片的，第10排的中间位置，就是评委们的坐席。当时如果看的是中国片，评委身边还要坐上一个翻译，一边看一边翻译给评委听；而当观众欣赏国外影片的时候，就会有一个像‘默片解说员’那样的角色，为观众进行现场翻译。”当年，上海影城还只有5个厅，但已是上海放映厅最多的影院。

今年7月20日，电影节开票日，王佳彦早早就来到上海影城，但这是他这么多年来唯一一次，没有在上海影城门口见到购票长龙。

“心里难免有些失落。”他说。空落落的影城大厅，曾见证了第一届电影节的千人欢聚，也见证过每一年天南海北影迷们的热忱。但能够延期举行而不是停办，已经让老王觉得安慰：“这么多年来上海国际电影节只有在2003年非典才停办过一次。”

他希望，等疫情过去以后，上海可以再拥有一座属于自己的“电影宫”：“像戛纳那样，集电影放映、影展、酒店、新闻中心的功能于一身，不管是胶片老电影还是数码新电影，都能找到适合的放映厅。电影节只有短短数日，电影宫却能成为上海全年的电影节——全世界的游客都能在这里找到自己对电影的热爱。”