

推动了中国电影技术的快速发展。”在他看来，像《流浪地球》这样的中国科幻系列电影，很大程度上得益于对好莱坞先进技术的借鉴和学习。

此外，好莱坞的电影工业化体系也为中国电影产业提供了范本：

“从前期的策划、拍摄，到后期的制作、宣传发行，好莱坞都有一套成熟的流程和规范。中国电影业在与好莱坞的交流合作中，逐渐引入并建立起自己的工业化体系，提高了电影生产的效率和质量，使得中国电影产业更加专业化和规范化。”

不过，如今的好莱坞电影工业也有自己的泥淖，模式化、套路化日益严重，拍不完的续集，让观众产生了审美疲劳。“从前像《阿甘正传》《金色池塘》这样人文类电影挺多的，现在总是机器人打打闹闹，没意思。”王佳彦觉得，中国观众已经形成了自己的审美，“随着中国电影产业的快速发展，国产电影在类型、题材、制作水平等方面都取得了长足的进步，与好莱坞电影的差距不断缩小。国产电影更加贴近中国观众的生活和情感，能够引起观众的共鸣，因此在市场竞争中逐渐占据了优势地位”。

电影海报画家单露露： 新海报一上墙， 围观群众特别多

能够最直观感受到一部电影热度的，除了影院经理，还有一个特殊的职业：电影海报画家。

毕业于上大美院、曾受训于交大油画进修班的单露露，从上世纪

右图：单露露与他所画的《黑狼的嚎叫》海报。



70年代开始就在徐汇区的东湖电影院担任海报绘师。从1976年开始，他画了20多年电影海报，少说也有1000多幅。2005年中国电影百年华诞之际，上海电影家协会编撰的《海上电影溯源》中，将他称为上海“新世纪电影海报作品发表数量最多的设计师”。

在单露露印象中，上海的确也是得天独厚的——80年代就有中国第一个“中美电影周”，比引进大片还早了十多年。而影院美工师这份职业也有一个让别人艳羡的待

遇——可以提前看大片，根据电影内容构思海报。“每个礼拜我有两个半天在看电影，不是在大光明，就是在新光电影院。”

“当时上海还有电影海报画展，我就选择了《雨中曲》来画，因为觉得这部电影实在太特别了——是一部歌舞片，视听双重享受，踢踏舞跳得太惊艳了！完全是那个年代全新观感，这种体验激起了我的创作欲望，想把看电影时那种轻松又开心的心情表达出来。很多电影海报在画的时候会突出明星，比如《罗马假日》，那肯定是画帅得不得了，那肯定是画帅得不得了，但是《雨中曲》我就不想突出明星，想把最吸引我的踢踏舞的肢体语言表达出来。”

分账大片进入中国后，单露露也画了不少译制片海报，比如《超人》，“突出超人在天上飞的科幻感觉。”可惜手绘电影海报是时间的艺术——它们通常被画师画在6开大小的白报纸上，张贴于影院门口橱窗或墙壁，十几天过后，电影下档，海报也就被新的创作所覆盖。

“当时照相机是买不起的，少数留

右图：单露露绘画的《雨中曲》海报。

