



中国电影工业化、市场化的时间并不久，真正的市场化才20年左右。**与美国好莱坞的IP不同，中国有五千年的文明可供挖掘，这是中国人打造电影IP的宝贵财富。**

统治力。

其实从以往陈思诚接受过的访谈中可以看出，他非常清楚IP电影成功的关键——

首先，他觉得核心的东西不能变。“唐探”系列的核心词是喜剧、动作、悬疑，这些是不能变的，“就如同观众走进一家馆子想吃川菜，你上来的却是其他菜系，那就会让观众失望”。

其次，在核心基础上，他说要有所创新。创作者要抢先观众一步做出变化，让他们觉得作品既保留了原来的“风味”，又有一些惊喜。当前，时代变化很快，观众审美趋势、消费场景等也飞速变化，所以创作还是要走在观众之前，给予他们情理之中意料之外的感受。

“观众对IP电影有成长性的要求，创作者只有不停地学习、进步、迭代，才能和观众一起成长。只有创作者的认知成长了，才能够反哺到作品里，让作品的格局越来越大，真正得到观众的认可。而在成长中，创作者也会从观众那里明白什么是好，什么是不好。”陈思诚坦言，比如《唐人街探案3》被观众诟病有些笑点不适合小朋友、广告植入让人跳戏等，“这次在创作的一开始就会更加注意这些部分，《唐探3》之后，我们解散了品牌植入的部门，工作人员转岗做版权授权的工作”。

在他看来，中国电影工业化、市场化的时间并不久，真正的市场化才20年左右，“所以我们的IP并不多，反而是太少了”。他进一步指出，与美国好莱坞的IP不同，中国有五千年的文明可供挖掘，这是中国人打造电影IP的宝贵财富。

“我们的IP在历史的挖掘上还是皮毛，努力还远远不够。我一直尝试在‘唐探’中融入《易经》等中国文

化元素，这次也在秦福身上讲到了中医，但其实还是浅尝辄止的，如果真的深挖，每一样东西都有无穷的魅力。”陈思诚强调，国内的创作者应该胆子更大些，拓展出更新的表达。

陈思诚更是提出自己的期望：“我希望未来能看到更多IP电影，也希望中国电影能以更多的形态呈现在不同的商业环境里。国内的电影产业关注度高，但产值其实并不大，因为我们的主要盈利还是靠电影票这一单一的消费模式。期待未来IP文化的力量能拓展到其他更多元的消费场景中。”

《唐探1900》片尾的“惊唐一瞥”版彩蛋中，唐仁和秦风身穿经典风衣的熟悉身影映入眼帘，熟悉的造型和互动无不令人倍感亲切，他们正紧锣密鼓地根据KIKO提供的信息穿梭在大英博物馆里寻找线索。镜头扫过众多来自中国的精美文物，一张1900年阿鬼和秦福的照片出现在唐仁秦风的视线中，照片上的脸与两人如出一辙，让人对“唐探”系列的故事发展更添遐想。

有观众觉得，陈思诚下了盘大棋。这样的伏笔是否意味着“唐探”下一部会在英国拍摄？对此，陈思诚表示，如果下一部是“唐探”系列正传故事线的话，会在英国拍摄，“但如果有一部，我更想拍《唐探1901》”。

原来“1900”系列一开始就是“三部曲”的规划，“唐探”系列的故事之间不仅有空间关系，还有时间关系。陈思诚说，在“1900”系列的第二部中会告诉观众，片中的“Q组织”到底是谁，他们的前史究竟是什么。

无论是“鸡贼”还是聪明，都不可否认：《唐探1900》比《唐探3》进步了；而当前的中国电影市场，也需要陈思诚这类“能卖座”的导演。**民**