



华数互动电视

华数互联网电视

华数TV网

华数手机电视

杭州地铁电视

# 他设计的海报让张艺谋压力很大

唐益平

张艺谋,第64届威尼斯国际电影节评委会主席,2008年担任北京奥运会开幕式和闭幕式总导演,同年获得影响世界华人大奖和“感动中国十大人物”,近日,由他导演的影片《影》近日再次引发大规模关注,有人说,“他的名字就值10亿元的票房”。

而黄海,一名海报设计师,曾做过三年的社会新闻。

大家都知道张艺谋,但是黄海是怎么和这位国际名导联系在一起,又让他倍感压力呢?

## 十年磨一剑 缘起于姜文

他叫黄海,1999年开始做社会新闻,三年后才辗转来到北京拜师奥美公司资深文案总监刘继武。北京奥美被誉为广告界的“黄埔军校”,那段经历为他在日后的工作打开了更广的创意视野。

真正给黄海一战成名机会的是姜文。《太阳照常升起》还在筹划阶段的时候,姜文就找到了他。遇到这个品味刁钻的主,黄海在经过一次次提案,一次次毙稿之后,终于让姜文在几百张海报当中相中了一张,这就是后来的戛纳版海报。这幅海报不仅在戛纳电影节引起反响,很多电影爱好者也将其列入收藏之列。

后来的《让子弹飞》及其英文版海报,姜文都交给黄海来设计。

2012年是他行业拼搏的第10年,他从原工作单位独立出去,成立了“竹也文化工作室”。这一年,他收到王家卫新电影《一代宗师》(点播路径:华数互动电视-电影)海报创作的邀请。

这工作一度让他陷入迷惑,“我一边揣摩,一边尝试,感受那种导演想要的境界。这种沟通只有不断去试。”但作为创作者,黄海很享受这个过程,因为不知道什么时候会“通”,只知道努力就对了。

好在导演给了黄海充分的时间和空间去碰壁。在最终定稿时,黄海享受到和高手过招后的淋漓尽致,当然也留下反复创作后的一批好手稿。

## 深挖艺术内核 展示电影体系

在黄海工作室的墙上,挂着一张《念念》(点播路径:华数互动电视-电影)的海报,《念念》讲的是亲人分离和成长的故事,也是设计师最怕碰到的题材之一,因为它要讲的是一种“感觉”,很难用商业的直接元素去表达。好在导演张艾嘉的耐心引导,给了他很大的启发。

可惜这部电影最终仅收获1390万元的票房,张艾嘉曾向大众坦诚:“我们存在的意义在于继续把自己的工作当一回事,有一份尊重去做好它。我接受票房的事实,但不认为这是失败。我会走得更坚定,更清晰,更真诚,直到最后一刻”。这番话和黄海的价值观完全吻合,他欣赏这样的态度。

风格多变的他现在已经是业界报价最高的设计师,据说每个活儿100万起,还得排

队,这个队伍中,有贾樟柯、陈凯歌、冯小刚和张艺谋。大家所熟知的《白银帝国》和《黄金时代》(点播路径:华数互动电视-电影)电影海报都出自黄海之手。

白纸上浓郁恣肆的水墨让中国风惊艳绽放,海报中小人物伫立纸上,仿佛置身大时代的洪流之中。黄海工作非常有耐心,设计周期很长,很多导演纷至沓来,他们回复最多的是“愿意等”。《黄金时代》的5张海报花了足足半年时间,女导演许鞍华看后,表示“我的等待是值得的”。

## 电影逊色海报 导演压力颇大

近几年,我们可以看到很多黄海设计的海报作品《山河故人》、《大鱼海棠》、《我在故宫修文物》、《捉妖记》(点播路径:华数互动电视-电影)……但是却很少看到媒体的报道。因为这位言辞不多的设计师几乎拒绝了媒体所有的采访邀约,他解释说,“做出好作品才是最重要的。”国外很重视电影海报的设计,因为一套成功的海报,既能起到传播作用,具有票房号召力;也可以展示出电影所传达的核心理念,和电影美学上的气质。

黄海为此很珍视与好莱坞的合作,科幻电影《超能查派》上映前,黄海设计了中国本土版海报,画面被设计成一张X光透视图效果,漆黑的底色上,冰冷的机器人唯一有温度的部分是它的大脑。对比海外版海报宣扬明星、动作、未来感,中国版海报虽然画面简约、单纯,但寓意却干净利落。

有人说,黄海凭一己之力,把中国的电影海报设计拉到了世界水准。高水准的海报也让电影制作团队感受到了压力。

2015年陈凯歌导演的《道士下山》(点播路径:华数互动电视-电影)被影评界称为“电影配不上海报”系列之一。同样遭受非议的还有张艺谋在2016年导演的作品《长城》(点播路径:华数互动电视-电影)。电影不仅请黄海亲自设计中国大陆和海外版海报,还联合了奥斯卡最佳男主角马特·达蒙以及刘德华、景甜、张涵予等国内实力影星。《长城》在宣传阶段凭借其海报设计和演员阵容,被媒体誉为“首部传播中国英雄的好莱坞巨制”。但是影片上映之后评论却两极分化,豆瓣评分仅4.9分。

张艺谋导演的影片《影》,电影海报依旧是黄海设计。这一次的水墨风格和八卦元素的综合,更是让人记忆深刻,也为电影做足宣传。

