**战狼2观后感**

努力做好产品质量，让消费者购买产品、对产品满意，使生产者获得利润，这本该是符合核心价值观一切诚信商业活动最根本的灵魂，但在如今这个大数据的信息时代，总有很多的投机分子觉得自己掌握了信息就可以扭曲客观事实，只要投消费者的喜好便足以实现以次充好，至于产品质量这种东西早就可以丢到九霄云外。中国近期电影市场便是其中的一个典型。

近几年来，大量只管营销不管质量的电影产品充斥着中国电影市场。这些电影往往打着“大投资、大制作”的噱头吸引观众，但实际上这些投资都是用于宣传轰炸、制作就是把资金用于聘请关注粉丝最多的人参演，至于影片的质量就不用太认真了。面对良莠不齐的国内电影市场，有导演竞说出了“观众不行”这般评价。

努力做好产品质量，让消费者购买产品、对产品满意，使生产者获得利润，这本该是符合核心价值观一切诚信商业活动最根本的灵魂，但在如今这个大数据的信息时代，总有很多的投机分子觉得自己掌握了信息就可以扭曲客观事实，只要投消费者的喜好便足以实现以次充好，至于产品质量这种东西早就可以丢到九霄云外。中国近期电影市场便是其中的一个典型。

近几年来，大量只管营销不管质量的电影产品充斥着中国电影市场。这些电影往往打着“大投资、大制作”的噱头吸引观众，但实际上这些投资都是用于宣传轰炸、制作就是把资金用于聘请关注粉丝最多的人参演，至于影片的质量就不用太认真了。面对良莠不齐的国内电影市场，有导演竞说出了“观众不行”这般评价。

事实真的如此吗？《战狼2》连续刷新国内甚至国际多项记录，社会影响力达到现象级，《人民日报》为代表的各大媒体重点综合报道，各大国家机构纷纷大力支持……《战狼2》叫好又叫座的场面让已经习惯了宣传轰炸、烂片捞钱、流水线模式的中国电影市场惊诧不已。于是就有诸如“天时地利人和”等等诸多说法来试图解析《战狼2》一番。但是恐怕对于所有和笔者一样亲自观看过《战狼2》的观众来说，喜欢《战狼2》的根本原因，便是能够被《战狼2》的品质所打动。唯有真诚才能打动人，而当观众们在《战狼2》当中感受到“货真价实”这样一个被当前中国电影市场忽略的概念时，观众们自然会被打动，久违的激情也自然会迸发。

也无怪乎当前的中国电影市场会羡慕嫉妒恨。导演吴京在接受采访时表示过：《战狼2》演员选择标准是“只选对的，不选贵的”。这种模式完全与当前流行的以流量人气为投资指向的电影制作模式背道而驰。

同样是“大制作”、“大投资”，认真考究一下便能发现在《战狼2》票房口碑双丰收的表象之下，是以导演吴京为首的《战狼2》剧组为了使自己所拍摄的电影方方面面都达到“货真价实”这样一个最原始的目标倾注了无数汗水与心血。

看看资金都去哪儿了？为了保证水下镜头拍摄效果，剧组聘请了《加勒比海盗》摄影组参与拍摄；为了保证动作场面的精彩，聘请了内地、香港、美国三个顶级动作设计团队互相交流，作为技术支持方面的投入。为了演好动作戏，外国演员选择了漫威电影中叉骨、冬兵、黑豹、黑寡妇等角色的动作替身演员，中国演员则选择了“达康书记”扮演者吴刚、“东来局长”扮演者丁海峰等老牌专业演员，尤其是导演兼主演吴京本人为了演好解放军的角色，本人亲自前往南京军区苦训18个月，最后甚至以自身认真刻苦的作风赢得了军区“向吴京同志学习”的高度赞誉。

看完了硬件再来看看软件。《战狼2》粗看好像是经不起细究的普通动作片，但是稍微深挖一下就能发现，在本身并不复杂的剧情当中剧组却做了数量相当可观的考证，主线故事参照现实也门撤侨，各种事件都严格还原了真实事件细节。包括被部分人觉得属于“编得过于离谱”的叛军不敢进攻大使馆、举五星红旗通过交战区等等所谓的“爱国主义桥段”。此外，关于大量运用了真实武器的动作场面除了设计得精彩火爆之外，也同样有着众多对于真实武器效果的考证运用。例如同样被部分人觉得“编得过于离谱”的钢丝床垫接RPG一幕，恰恰是对真实武器性能理解到极致——包括RPG的二段点火模式中第一段推力很小、双引爆模式中撞击触发模式必须弹头顶端撞击到物体才能引爆，自动引爆模式需要再过4秒才会触发这些性能细节都需要充分理解才能想象得到的。如此细致而真实的考证自然使得《战狼2》经得起观众细细品味。

十年磨一剑，霜刃未曾试；今日把示君，谁有不平事?作为一名长年自发关注解放军军队各方面建设的一名军迷，我很清楚解放军便是那位磨剑多年的侠客，那么多年的筚路蓝缕、厉兵秣马正是为了处在历史节点的时代完成习近平主席所指示的——打败一切来犯之敌，维护国家主权、安全、发展利益的战略目标。我们的英雄军队敢于为之而亮剑，于是与东南战区深度合作的《战狼2》得到了大力支持，相对应地，《战狼2》也成为展现当代中国人民解放军的优秀平台，充分展示了当代人民解放军的各方面面貌。但如今十年磨剑的又何止是解放军一家，《战狼2》作为平台所展示的又何止是人民解放军的精气神呢？影片中主角冷锋挥洒豪情时痛饮的贵州[茅台](http://www.tjkx.com/baijiu/5366.htm)酒，冲破敌人重重包围时驾驶的北汽bj40越野车，与后方联络并记录下敌人暴行的AGM三防手机，无不是国人之骄傲、民族之精品。《战狼2》在经费捉襟见肘的情况下放弃了植入广告的收入机会，而是直接、自发、无偿为这些国内自主品牌宣传，让我们肃然起敬、倍感自豪。

求真务实，脚踏实地，匠心匠韵地做出产品，不管是观众对于中国电影，消费者对于中国市场，乃至中国人民对于子弟兵，都在呼唤着主旋律、正能量的回归。而处处体现着敬业精业的《战狼2》正好给了观众释放情绪的机会，把人们隐隐知道、又说不出的话说出来了，所以《战狼2》想不火都不行。

可以想象，未来中国广袤的市场如果能够正本清源，重新回归以质量为导向的主旋律正能量产品，那么中国市场经济必将再上层楼！