

春节档七片同时起跑,大年初一预售票房16小时破亿元

# 价值认同与IP升级, 将成驱动春节档的两大引擎



《姜子牙》



《夺冠》



《唐人街探案3》



《囡妈》(均电影海报)

■本报首席记者 王彦

倒计时一周,2020年春节档正式开启预售。1月18日零时,《唐人街探案3》《囡妈》《姜子牙》《夺冠》《紧急救援》《急先锋》《熊出没·狂野大陆》七部影片同时起跑。16小时后,大年初一的预售票房已破亿元。

自2013年的周星驰作品燃爆春节档以来,这凝结了中国人最浓郁情感的七天,已成为与电影强相关的全民消费热潮。此后每年,中国电影都在等着一个叫做“史上最强”的春节档制造新的黄金周。与往年一样,2020年春节档依然可套用“强强对话”“神仙打架”的定位,七部电影无论主打类型翻新、IP强化抑或情怀杀、合家欢等,都不同程度具备了大片气象。

而与往年略不同的是,2020年春节档预售来得有些晚,曾经汹涌的大面积票房补贴也踪影难觅。片方们形成了某种心照不宣:电影票房奇迹所倚仗的,不是旷日持久的预售营销,更不是恶性补贴营造的繁华。要延续狂奔了多年的春节档票房飙升曲线,靠内容品质拼杀,已是唯一出路。于是,今年的七部春节档影片,它们所包含的价值认同、它们所代表的国产电影IP升级,将成为驱动春节档的两大引擎。

## 中国故事里的情感共同体,决定着中国电影观众群的边界

自从看电影跻身年节时的休闲“刚需”行

列,喜庆消费便是它被赋予的一层理解。欢天喜地过大节,确乎上选。所以前些年,喜剧总是票房大户,但事情从2018年有了变化,《红海行动》用军事动作片探测出了中国观众对家国情怀的需求。随后,2019年春节的《流浪地球》、2019年国庆档《我和我的祖国》,都以各自档期冠军之姿证明,中国故事里的情感共同体、中国故事里的价值认同,才掌握着电影市场的“密钥”。

2020年春节,《夺冠》兴许就是第一把能够开启几代人情感闸门的钥匙。上世纪80年代初,世界大门在国人面前缓缓打开。在那个物质条件艰难的时期,有一群姑娘如彗星般划过夜空,在世界赛场上吸引了无数目光,为亿万中国人民凝聚起了自信。中国女排、中国女排精神,之于中国与中国人,从来不止于一支运动队那般简单。本质上,那是一个民族在冲破屏障后,不屈奋进并最终崛起的故事。内容本身已自带光环,创新的体育大片类型,善讲故事的陈可辛导演以及谁演谁像的主演巩固,都是能为影片品质加成的选项。影片在北京举行试映会后,影评人们集体点赞,认为这部串联了历史、传奇、情怀与精神的影片,可能会挖掘出观影的“增量群体”。

如果《夺冠》是基于特定人群引发的全民情感,那么《囡妈》是靠泛指的人之常情来赢取观众的同理心。该片由徐峥自编自导自演,定档海报里隐藏着的一点野心:画面里的列车撕开了漫天大雪,而导演想扫除的,是典型中国家庭里父母与孩子之间的观念差、关系的冰封。随着火车一路隆隆向前,许多代际间的问题都因在火车的封闭环境内,平添喜

剧的忧伤、带泪的笑料。无论是多吃一块红烧肉,还是把火车卧铺整理得如同家一般窗明几净,母与子在影片里的相处细节,总能让人生出似曾相识的感觉。

相比之下,《紧急救援》的情感更为硬核。作为林超贤导演继《红海行动》之后再战春节档的作品,新片聚焦海上救援群体,将把“救捞人”的平凡英雄形象,以及他们在生死关头的价值选择一一推送到观众面前。

北京大学艺术学院教授李道新曾说,如果有人一年只看一两次电影,他们多数会把这个机会留给春节档——能否让这些“很久不进影院”的观众成为中国电影的常客,考验着中国故事的讲述者。从这一层面看,一部以体育精神、家国情怀通达了几代人,一部用喜剧的外壳捏住代际和解的“七寸”,另一部拆解人性光环,谁能让银幕下的观众多几分感同身受,谁就有更大胜率成为今年的爆款。而这些影片能唤起多少情感共振、价值共鸣,也将直接关联着中国电影的观众群体究竟有多大。

## 原创IP的格局与制作升级,折射着中国类型片市场的成熟度

曾几何时,观众爱吐槽:“孙悟空”是春节档最熟悉的老朋友。戏谑,无非源自观众对原创乏力与制作粗糙的颇多不满。对比之下,今年的“唐探宇宙”“封神宇宙”却是在期待里登场。一弹一赞的背后,近年来国产原创IP的格局与制作升级,有目共睹。

2015年,陈思诚亮出王宝强与刘昊然这对带着反差萌的搭档,《唐人街探案》一出场就成了当年的贺岁档黑马。2018年,第二部《唐人街探案2》首次以“国民喜剧”身份进驻春节档,最终以近34亿元的成绩收官。续集不失手,原因就是主创对于这个国产IP有着深耕的野心,剧本在推理悬疑的垂直领域不断下沉。第三部,侦探的战场转移到日本,第一部露出诡异笑容的张子枫,到底是不是终极高手Q,也终要揭开谜底。除了这些常驻阵容,妻夫木聪、长泽雅美、三浦友和、浅野忠信、染谷将太……导演企图在推理爱好者之外,还要把日剧日影观众一网打尽。“数星星”算无遗策,也许很难有意外。

自《哪吒之魔童降世》称霸去年影市并拿下超过50亿元的总票房之后,国漫崛起便是青年观众对于院线片的一大寄望。同样由光线主投的续作《姜子牙》背负厚望出场。这则故事发生在封神大战之后,昆仑弟子姜子牙率领众神战胜狐妖,推翻了商王朝,即将受封为众神之长。巅峰时刻,他因一时之过被贬下凡间。为重回昆仑,姜子牙踏上旅途,重新找寻自我,同时也发现了当年的真相……

跟《哪吒》《大圣归来》一样,《姜子牙》的剧情也走英雄的成长路线。更相似的命运在于,充满了东方哲学、东方美学的故事,如何与世界电影工业化相生相契,考量着背后制作团队的匠心与工业水准。

中国文艺评论家协会副主席尹鸿认为,“黏性”是IP电影受众的一大特点。“一次值得称道的制作,不仅能巩固本片的票房市场,多少会影响观众的下次购票行为。”

## Q 锐评

近日,一部爱情题材情景系列喜剧剧组的“道歉”霸占各大平台话题榜。正在播出的第八集中,角色展示的插画与网络博主“老番茄”在自制视频绘制的搞笑图高度雷同。针对于此,剧组给出的说法是“监管不力”,表示“连夜修正”。令人遗憾的是,这边厢道歉着,那边厢一波八卦营销号推送了高度相似文案,表示“知错能改是好事”“毕竟它可是一代人的回忆”“看的就是情怀”。如此以“情怀”“回忆”为借口,让不少网友实在难以接受。

这已不是这部系列电视剧第一次被爆出抄袭丑闻。早有网友就其前四季的剧情与《老友记》《生活大爆炸》《老爸老妈罗曼史》等热门海外剧进行一一比对,发现不少笑料包袱设计一模一样,就连台词也是完全照搬。只是在2009年,这部系列剧的第一季刚推出时,海外剧传播没有今天这样广泛,其涉嫌“抄袭”之点点滴滴、汤汤水水未被大众关注。可是随着该剧主创们这几年来连续作战,一季季推出,观众发现其“抄袭视野”竟也在悄悄扩大,连二次元动漫与网络段子也一路“借鉴”上了。

频频“借鉴”在先,也就不难理解为何网友对于此次剧组的道歉不买账了。无视前四季大段抄袭的海外剧集,专拣插画细节回应显然是避重就轻,更谈不上什么“知错能改”。遗憾的是,面对涉嫌“抄袭”劣迹,该剧竟仍可以凭借部分年轻观众的追捧大行其道,在网上活跃了超十年之久。

这样一部以“抄袭”“借鉴”“模仿”起家的电视剧,为何能在网上“如鱼得水”十年?应该说,国内影视市场情景喜剧的缺失是一个极重要的因素;同时,年轻网民“饥不择食”的盲从性也显而易见:只求结果,不问出处,“当时当刻开心就好”。从电视剧《我爱我家》《编辑部的故事》,到《闲人马大姐》《炊事班的故事》,再到《武林外传》,情景喜剧原本是电视荧屏最受追捧的一个大类,其中幽默诙谐、智慧风趣的段子台词传播至今。但是盘点影视市场就会发现,这类剧越来越少,口碑也在越趋越差。

能让这部充满争议的剧被粉丝奉为“情怀”“整个青春回忆”,与其说是其填补了情景喜剧的市场缺口,不如说是其对当下电视剧创作缺口的不满。当下荧屏反映年轻一代真实生活的现实题材佳作寥寥,多的是“霸道总裁爱上我”“职场不谈工作只谈恋爱”的时尚“悬浮”剧。而“看着网文二次元漫画、玩着网游Cosplay、为偶像打投”这一代人,实则非常渴望在当下题材电视剧中找到自我投射。可以说,这种诉求直接给“抄袭”“情怀”找到了一块遮羞布,以“娱乐”的名义,使这个口碑糟糕的IP有了反反复复的市场空间。

只是,最终伤害的是那些认真创作的人的真诚与付出!浸淫于如此文化,影响的不只是影视创作生态,恐怕也会让年轻观众在“情怀”障眼法中迷失价值观念的坚守。

# 如此抄袭,靠「情怀」二字就能一笔勾销吗

黄启哲

## ■上海文艺创作“新春进行曲”系列报道

上芭经典版《天鹅湖》登陆林肯艺术中心

# 倾动全城,48只白天鹅绽放纽约

■本报记者 王筱丽

美国当地时间1月17日晚,上海芭蕾舞团一行108人携经典版《天鹅湖》首次登陆纽约,正式开启舞团2020年演出季。走过荷兰、比利时、德国、奥地利、澳大利亚,在海外完成近100场演出后,2020年“天鹅们”就从上海起飞,在纽约最专业的舞蹈剧场——纽约城市芭蕾舞团的驻场大本营大卫·寇克剧院实现新年里的首次绽放。

纽约行程结束后,演员们还将步履不停地前往美国中部三地,献演原创芭蕾舞剧《梁山伯与祝英台》。一东一西,上芭在农历新春佳节之际,将中国芭蕾和中国故事带去大洋彼岸。

## 舞遍全球,天鹅“足迹”又多一处

纽约17日晚间的温度降到零度以下,大卫·寇克剧院内则热闹非凡。“一生一次的演出”,正如海报上写的那样,海外观众对拥有48只天鹅的上芭版《天鹅湖》充满期待与好奇,良好的上座率便是最好的证明。

“Bravo!”欢呼与掌声是这个夜晚的主题。随着纽约城市芭蕾舞团交响乐团的伴奏声,如同梦境般的童话场景悄然现身,《匈牙利舞》《西班牙舞》《那波里舞曲》《四小天鹅舞》一一奏响。48只白天鹅共同起舞,变换出多种造型的恢弘场面台下赞叹声不断。四小天鹅舞段、黑天鹅32圈挥鞭转、公主与王子的双人舞等经典段落接连上演,点燃全场的气氛。

作为舞团国际演出的惯例,48只



美国当地时间17日晚,上海芭蕾舞团48只白天鹅和主角在大卫·寇克剧院的标志性场景前留下新的“足迹”。

(上芭供图)

白天鹅和主角在剧院的标志性场景前留下新的“足迹”。

“经典版《天鹅湖》的宏大场景,传递出的意境和韵味是海派芭蕾独有的,我们相信这个版本会让观众感受到令人惊叹的美。”上海芭蕾舞团团长辛丽丽介绍。上课、练功、联排,抵达纽约进行短暂

修整后,演员们就直接投入到繁忙的日程中。“膝盖伸直!”“脚跟打开!”“眼神看齐!”辛丽丽几乎没有错过任何一场排练,目光始终紧紧跟随演员的每一个细节,只为在舞台上呈现出最完美的状态。“这些年上芭取得巨大的进步,是时

候来到纽约这个艺术之都展现我们的水平。”舞团艺术总监、《天鹅湖》编导德里克·迪恩对记者说道。上芭经典版《天鹅湖》首演于2015年,艺术演绎具有中国韵味的西方凄美爱情故事。48只群鹅的设置也给德里克·迪恩更自由的创作空间:“这意味着我可以打造更多舞台形式,为观众送去与其他版本不一样的

视觉享受。”

对于上芭首席明星吴虎生来说,在纽约演出《天鹅湖》同样具有特别的意义。2007年,他在第九届纽约国际芭蕾舞大赛中获得男子组第一名。睽违13年,吴虎生也有着不少感慨:“过去十多年间自己成熟很多,很荣幸能和舞团最优秀的剧目之一

回到艺术事业起步的重要地点,大幕拉开的那一刻情很美妙。”

在纽约的四场演出中,除了吴虎生和戚冰雪诠释的齐格弗里德王子和奥吉莉亚/奥杰塔外,上芭还邀请到前旧金山芭蕾舞团首席玛丽娅·柯切特科娃和罗马尼亚国家芭蕾舞团首席舞者戴维·特岑西米奇担任客席主演,中外舞者分别演绎经典角色,碰撞出的火花令人期待。

## 中西合璧,足尖讲述更多中国故事

今年的春节假期,上芭的演员们也将在工作中心度过。《天鹅湖》演罢,辛丽丽将带团从除夕夜24号开始相继在美国中部印第安纳州曼西、伊利诺斯州丹维尔以及肯塔基州尚佩恩为三地观众上演共计四场芭蕾舞剧《梁山伯与祝英台》。

如果说《天鹅湖》考验的是古典芭蕾的一招一式,那么《梁山伯与祝英台》则带有更多中国传统戏剧的元素。于2000年创排的《梁山伯与祝英台》是上海芭蕾舞团借西方芭蕾舞语汇讲述中国故事的一大原作力作,芭蕾艺术抒情细腻的特长与家喻户晓的爱情传说相得益彰,巧妙融合,这也是继2007年和2013年34场《梁祝》后,舞团再度携该剧在美国演出。

“一张票都不送,一张票都不打折”是辛丽丽如今对舞团的自信和底气,背后则是上芭有目共睹的国际影响力和知名度。在此前举行的美国演出协会和国际表演艺术协会年会上,上芭原创芭蕾舞剧《哈姆雷特》和《简·爱》吸引了众多参演展商和媒体的咨询。

2020年,上芭的工作重心依然是用舞蹈向世界讲好中国故事,演员们将陆续前往澳大利亚、比利时、俄罗斯等地演绎原创及经典芭蕾作品。据辛丽丽透露,目前舞团正在加紧对《闪闪的红星》进行修改调整。“打响上海文化品牌的关键就是要多演出、带优秀作品出门,让世界了解中国的发展。”她对记者这样说。