

这个夏天青春片为何未能达到市场预期

柳青

暑假是年轻人的，但暑期档未必。在今年这个大制作缺席的暑期档，接二连三的青春题材类型片没能如市场预期把年轻观众吸引进影院，新一轮的调查数据显示，中国观众的平均年龄继续上涨，现在是34岁。《燃野少年的天空》《盛夏未来》和《兔子暴力》在进入院线时都不同程度引发了社交网络的话题，但它们自带的话题并没有变成票房，以年轻人为主角的电影是怎样失去了年轻人？

年轻的生态，似曾相识的配方

《盛夏未来》上映19天，票房3.2亿元，同样上映19天的陈木胜导演遗作《怒火·重案》，票房8.2亿元，小年轻的“盛夏”完败于中年人的“怒火”。但是对比“希望多大，失望多大”的《燃野少年的天空》和“残酷青春，票房温吞”的《兔子暴力》，《盛夏未来》是今年暑期档里青春片交出的唯一“过得去”的答卷。

《盛夏未来》的市场表现相对平稳，部分因为主演张子枫和吴磊的观众缘，更重要的还是影片难得从年轻人的视角，展开了这一代的年轻生态。电影里出现的主题和元素，是青春片里翻来覆去、似曾相识的配方：乖巧的女学霸，帅气的男学渣，友情以上爱情未满，伪装成豁达友谊的暗恋，看破不说破的“我爱的人不爱你”……但导演陈正道的长处是在密织的细节里铺排一群人特有的情态。在电影里，漂亮男孩成为为社交网络红人，即便是重点高中的考生仍“我和我的手机一刻也不能分离”，无论是少年人还是中年人的恋情纠葛都更多发生在线上，父母、老师们不再视早恋和身份认同为敏感话题，他们更焦虑于赛博世界对孩子的侵占——这确凿地进入了“Z世代”的生活经验中，是这代人的小清新和小确幸。

陈正道拍过一部《盛夏光年》，同样事关微妙的友谊和初恋，那是2006年，那部电影的英文名叫eternal summer，意为“永恒的夏天”。今年的《盛夏未来》，英文名是upcoming summer，夏日尚未到来，更热烈灿烂的日子在后头。从两部片名的落差里，看得出导演对80后和00后两代人两种青春的况味有敏锐的体察。他在《盛夏光年》里，怀着当事人的怅惘，回望自己在千禧年的门槛上经历的无法把握的、惶惑的青春。近20年过去，《盛夏光年》那一代人曾面对的禁忌和压抑，在《盛夏未来》的青春里是不存在的，它的特点和优点都在于“不折腾”，最终，能轻盈地展开一段“不抓马”的青春，让它成了一道意外的清流。

父辈以为的年轻人，不足以吸引观众

剧集《风犬少年的天空》从B站出圈成爆款，连载时，结局单集的点击量过亿。这个数字一度给了主创膨胀的信心，因为《燃野少年的天空》是根据同一部原作小说改编的“歌舞青春”版本，就连男主角都沿用了剧版的彭昱畅。《燃野少年的天空》是整个暑期档被寄予最大期望值的一部电影，以网络过亿的点击量折算观影人次，那个数字的诱惑力太大。何况，导演张一白垄断青春片市场20年，《开往春天的地铁》历经《匆匆那年》，直到《你的全世界路过》，张一白导演的口碑可以夸，票房没有输。

万万没想到，《风犬少年的天空》成功铺垫在前，作为IP电影的《燃野少年的天空》竟成张一白的滑铁卢，比糟糕的风评更糟糕的是它止步于1.6亿元的票房。事实上，《风犬少年的天空》的成功得益于平台的垂直投放、在线播放和互动观看的语境，剥离了剧集的弹幕来谈论它的风评和观看量，是没有意义的，而电影《燃野少年的天空》的内容和形式的强度——载歌载舞的学渣初恋段子，并不足以吸引剧集的观众进入影院。

电影里有一幕，黄觉扮演的父亲为了安慰女儿，在草场唱红的1990年代神曲《失恋阵线联盟》歌声里跳起舞来，这是温情和无奈同时流露的段落；没有人永远年轻，没有人永远立潮头，弄潮儿终将变成时代的眼泪。与其调侃《燃野少年的天空》是年近半百的导演“老夫聊发少年狂”，倒不如说，这大概是父辈一厢情愿希望的青春的模样：他们以为儿女在社交生活中受到的委屈甚至霸凌，是来自“家庭成分”；他们含辛茹苦为儿女经营，渴望换来“野百合也有春天”；他们笨手笨脚，弄巧成拙，向儿女传递着词不达意的温柔。其中最大的尴尬莫过于，中老年视角下的年轻人实在傻得不可理喻，要让年轻人到电影院里欣赏“我爸眼里的我有多傻”，这未免是中年人过分的自信。

糅合多主题，完成度功亏一篑

对比小清新的《盛夏未来》和一根筋的《燃野少年的天空》，《兔子暴力》本来有可能开拓青春题材的广度和深度，它糅合了青春、女性、罪案和家庭伦理多个主题，在电影类型交错融合的混杂地带。就像前些年的《过春天》，影片独特的选题让它本该成为一柄破空的利剑。

现实的完成度却功亏一篑，《兔子暴力》的剧作来源于2011年一桩轰动一时的案件，一个母亲抛弃女儿，多年后一无所有地回到前夫身边，赌瘾严重的母亲为了偿还高利贷债务，教唆16岁的女儿设计绑架同校的那个，意图向对方家庭勒索。但是母女俩意外失手杀死了那个被绑架的姑娘。警方侦破后，母亲用6小时招供，女孩却在审讯中扛了8个多小时，因为她以为自己还能救妈妈，她不能再失去妈妈了。这是一个苦涩无边的故事，案件的发生地是南京郊外下岗工人聚居的社区，这对母女在自暴自弃中相互依傍，败坏变质的亲情里，渗透着破灭的幻想和下沉人生的晦暗现实，母亲和女儿的青春先后毁于虚妄，也毁于她们无法掌握更不能理解的某些外部因素。

正如《兔子暴力》这个片名，影片涉及的主题本身是极为凶猛的，但创作者没有足够的勇气面对“暴力”及其背后的结论，于是借用女性视角的名义把叙事浪漫化了。在电影里，母亲和女儿的位置颠倒了，女儿是早熟的，聪明、沉着、冷静，反而母亲是那个顽固的“早熟的人”，她成为一个哀感顽艳的符号，让人凭吊压抑年代试图野蛮生长而终于畸形的青春。女儿是不是这一代年轻人里的“狠角色”，暂且不论，倒是这个爱做梦的、孩子气的母亲，或多或少唤回第六代导演作品里关于“青春”的名场面，《孔雀》里的姐姐，《立春》里的王彩玲，《世界》里的小赵，她们如果风情万种做过“大哥的女人”，左右就是《兔子暴力》里母亲的样子。

《兔子暴力》把人性的堕落浪漫化了，母亲是因舞台梦想破灭而红尘辗转，落魄时返乡，也还是住在废弃的剧院里，空旷的舞台是她的房间。这是导演刻意为之的“隐喻”设计，最终，也成了整部影片的“隐喻”——上一代人意难平的青春，成了荒唐走板的舞台小品。



▲《盛夏未来》剧照。
▶《燃野少年的天空》剧照。

制图：李洁

行业市场规模今年将增至170亿元，相关主题综艺常年火爆

“野蛮生长”后，“剧本杀”能否迎来真正的红利期

黄启哲

井喷式增长VS关店潮，机遇与隐忧并存

“玩‘剧本杀’的朋友，你们平时都没工作吗？不然为什么休闲娱乐的方式，竟是从宝贵的周末休息时间里，专门抽出几个小时，就是为了跟一群陌生人开一下午的会！”最新一期《脱口秀大会》中庞博的段子，道出时下快节奏生活中，年轻人愿意花费四五个小时来体验“剧本杀”的离奇之处。

可不管外界如何诘问，“剧本杀”在线上线下市场都爆棚了，相关主题综艺常年火爆。作为“开山之作”的《明星大侦探》热播六年，“后起之秀”《萌探探探案》依旧能够成为收视“香饽饽”，而上月新播节目《奇异剧本杀》也“来势汹汹”。苹果商店，相关头部App“会玩”和“百变大侦探”分列社交类榜单的第10位和第19位。打开大众点评，上海相关商户高达1194家。昔日火爆的密室逃脱商家也改弦更张，做起“剧本杀”生意。而放眼全国，据艾媒咨询预计，今年“剧本杀”行业市场规模将增至170.2亿元。

“剧本杀”作为新兴产物，其爆发式的增长势头，无疑为新消费创造想象力，成为资本竞相逐鹿的新赛道。然而，目前剧本杀向把关不严、质量良莠不齐、实体店监管缺失、专业人才稀缺，以及疫情带来的冲击，也透露出行业隐忧。只有直面这些问题，才有可能真正迎来“剧本杀”产业的高光时刻。

推理小众游戏借综艺“出圈”成大众社交产品

“剧本杀”在国内的走红，得益于一档差点被扼杀在选题会上的综艺《明星大侦探》。2016年，这档引进自韩国的真人秀，要求明星嘉宾通过在“案件现场”寻找证

据，推理出真正的凶手。正是因为这档节目在国内的爆红，让一张桌子就能玩的“剧本杀”1.0模式，进阶到集纳服装、场景、道具等沉浸2.0模式。而对比韩国原版，《明星大侦探》降低了推理综艺的门槛，同时也带来轻松的喜剧氛围。这也让商家嗅到了“剧本杀”附带的社交属性，令其从海外推理迷的小众聚会游戏，摇身一变成为大众社交的沉浸式体验消费项目。

本质上来说，基于推理思考、动辄延续数个小时的“剧本杀”，确实与开会相似之处。也有人将其视作融入角色扮演元素的进阶版卡牌游戏“狼人杀”。不过，随着其受众群体的不断扩大，“剧本杀”也从原本罪案推理的叙事框架和找出真凶的底层逻辑上，衍生出情感本、喜剧本、恐怖本等多种类型，以满足玩家的的不同偏好。

随着市场的发展，一些优秀剧本甚至可以作为一个文艺创作来品鉴测评。专注“剧本杀”的B站UP主“阿茶聊剧本”就提到，在游戏机制之外，某剧本对每个玩家所扮演的角色都塑造饱满，甚至可以经由推理故事的层层展开，逐步感受到角色在不同成长阶段的性格变化，进而引领玩家感受到文化传承的力量。可以说，在众多年轻人体验“剧本杀”的理由中，“结交朋友”“体验人生”“过过瘾”的优先级，已远超最初的“推理解谜”。

也正因为如此，“剧本杀”模式正裂变成多种玩法。在上海新开业的1925书局，《追寻》《觉醒时代》《黎明计划》等一批红色主题“剧本杀”，成为拓展实体店消费场景的新手段。而在成都的安仁古镇，有商家打出两天一夜近2000元的天价项目。除了常规的游戏外，主办方还安排摄影跟拍、戏剧表演、餐饮住宿等多种体验，“剧本杀”已然成为一种文旅融合的新产品。

“剧本杀”实体店井喷式增长，也源自其介于目前线上线下娱乐两大产品——沉浸式戏剧与桌游店之间的运营定位。对比沉浸式戏剧，其不需要太多专业演员介入，只需提供剧本、服装、场地和道具即可开张，运营门槛和成本更低。而和桌游店相比，“剧本杀”同样的客单停留时间，单人均价两三百元的体验价格远超前。年轻人线下娱乐社交需要更丰富的体验和更时尚的玩法，这就使得不少行业分析师颇为看好“剧本杀”，将其定义为创业“新风口”。

事实上，几年间，“剧本杀”的产业链也已经颇具规模：上游的剧本创作机构、发行商和下游的分发平台，以及直接面向消费者的线下实体店、App和网络综艺三方互相勾连。据企查查数据显示，2021年上半年新注册相关企业达到3589家，同比增长294.4%。

然而另一方面，跟风投资的门店也关停不少。据闲鱼指数显示，今年四月平台上“倒闭了”为理由转卖剧本、道具、门店桌椅等的数量，较上月增加了110%。由于剧本内容尚属监管空白，其中的凶杀、恐怖元素甚至是引导饮酒的内容，可能也会对年轻人造成负面影响。民生节目就曾报道过一位女性，因“剧本杀”剧情需要，饮酒过量昏迷就医的事件。可以说，机遇与隐忧正成为这一新兴业态急速扩张的一体两面。

新鲜感过去，盼行业规范为市场“淬火”

业内人士指出，造成这一问题的根源，在

于“剧本杀”极大程度上依赖于剧本的内容和质量。眼下，爆发式增长的下游门店数量，使得上游内容创作成为稀缺资源。产能滞后自然带来剧本的良莠不齐。不少创作机构雇佣几个写手，带着剧本大纲就辗转于各个城市的所谓“剧本杀”展会。由于展会时间有限，买家往往只能通过机构提供的新剧本段试玩来下订单。更有甚者，一份提纲“预览”就能获得可观的收益，所以就出现了类似影视剧的“熟手代笔”的攒剧本模式，这就导致“抄袭”“翻车”的剧本横行。而为避免同质化竞争、留存拓展客源，不少店铺不得不放弃价格在数百元的批量盒装剧本，哄抬了所谓“城市限定本”“独家本”的价格。

而对于玩家来说“剧本杀”体验评价也趋于两极化。花费一下午打卡的“神作”很有可能“烂尾”。某个灵感来源于林觉民绝笔《与妻书》的剧本曾火爆一时，但不少玩家吐槽其后半部分文笔“崩塌”、机制“拉胯”，浪费了好题材。而在剧本质量之外，玩家体验也与DM（主持人）专业水平和同场玩家素质这些不稳定因素挂钩。再加上，对比戏剧与桌游的“回头客”居多的情况，谜底揭晓就丧失乐趣的“剧本杀”，使得顾客对同一剧本的消费多是“一轮游”。一旦新人入场玩家的“打卡”新鲜感过去，“剧本杀”市场很有可能面临“退烧”。

为提升玩家体验，DM的规范培训正在多地展开。此外，不少创作机构通过引入影视行业编剧、推理网文作家入局，拓展并提升了剧本品相。另一边，《八佰》《流浪地球》《无间道》等具有市场号召力的影视IP都已授权出品“剧本杀”剧本。在电影业遭遇疫情冲击之时，转而投身“剧本杀”，是“自救”，也为这一新兴业态带来提质增量的可能性。更进一步，剧本杀行业协会即将制定行业标准，通过统一规范，呵护好这一新兴业态，让“剧本杀”告别“野蛮生长”，迎来真正的红利期。



▶在播综艺《奇异剧本杀》海报。

▶红色题材剧本杀《兵临城下》海报。

制图：李洁