

暑期档电影宣发大战空前激烈

花式营销不断，期待质量“卷”起来

■本报记者 王彦

于中国电影观众而言，这个暑期档倘若没听说过新纪录诞生，恐怕是不完整的。史上最高7月票房、史上最高单点映纪录、史上最快破百亿的暑期档、2019年来头一回单日票房连破5亿元……今年暑假，各行各业都在蓄力重燃，电影亦然。据灯塔专业版数据，截至8月9日18时，今年暑期档总票房已达3.8亿张，超2019年同期的3.77亿张。这个夏天对于这近4亿人次的观众而言，倘若没刷到过影片的花式营销现场，同样是不完整的。前有《消失的她》带着所谓“800个营销事件”打响暑期档第一爆款，后有《封神第一部》剧组在李佳琦直播间喊“123上链接”、到刘畊宏直播间跳“本草纲目”霸屏热搜；《长安三万里》映后男女老少齐背古诗词的画面有多动人，《热烈》结束后街舞B-boys集体玩转成线下彩蛋的场景就有多叹为观止；《八角笼中》为今年暑期档“超长点映”的风潮成功打样，《孤注一掷》直接把风潮做成里程碑——单凭点映就斩获5.6亿元票房。即将上映的《学爸》《我经过风暴》等影片也不示弱，前者有“学爸黄渤演我辅导娃功课”的热话题，后者因“家暴题材观众反应”的高能情绪视频被网友围观……



▲《热烈》的映后互动常常是观众的集体“蹦迪”。

一座城市跑足八个影院，能触达的人群也只以千计。在线上购票、线上社交发达的今天，路演何为？电影人解密，暑期档影片的线下路演之所以这么“卷”，一方面因为过去三年的创作积累同时释放，路演时电影主创与现场观众的互动交流，能补足影片幕后信息，也能提升观影仪式感；另一方面，线下路演实为线上“预埋话题”，通过撬动当地资源、提供爆款短视频素材等做法，线上线下双管齐下的营销方式往往触达传统宣发的隐秘角落。以《巨齿鲨2》为例，上周末，吴京独自骑共享单车的视频在各大社交平台热转。当天，这位《巨齿鲨2》的主演在两场路演之间赶时间，选择共享单车轻便出行，穿越拥堵的车流。一时间，“吴京在街头被拍”“吴京不让观众等待”“吴京单车准时赴约”“吴京一个人的路演”等话题散布各平台，成为影片在首映日最吸睛的主角。虽说该片被多数观众指认为爆米花电影，但不妨碍线下的吴京撬动线上购票，以一己之力带动近5亿元票房。再看《热烈》，影片以杭州亚运会为背景，又在杭州取景，杭州路演时，当地开设“热烈的市”街舞主题街区与电影跨界联动。电影+文创的热烈周末在网上迅速传播，制造出影片话题的高光时刻。同样，《长安三万里》线下的背诗场面经由短视频激发出线上话题，《热烈的午夜“蹦迪场”》也通过千万级的播放量成为“热爱”的佐证。在电影人关雅荻看来，人们的观

影习惯在过去三年被重塑。暑期档卖座的影片往往不再以首周末票房为峰值，从《消失的她》到《封神第一部》都是如此，非核心影迷的观众倾向于保持观望，待更多口碑发酵后再决定是否买票入场。这一背景下，与众不同的路演场面、与电影高度适配的路演话题、持续释放的幕后故事、甚至不同地区观众的反馈等，都成了后续营销的素材，助力影片走长线放映。

“精神股东”多了，纷争之下内容为王仍是硬道理

这边厢是电影人与宣发公司使出浑身解数挖掘观众的的兴趣点，千方百计想把潜在观影人群吸引进电影院；那边厢，网上的“精神股东”不断聚合，作为片方的编外后盾，参与电影口碑发酵。“精神股东”，网络名词，指一部作品的拥趸因高度热爱而对幕后故事了如指掌，虽没有票房分成，但时时操心影片票房表现，宛如精神参股。某种程度上，他们是更积极的“自来水”，不仅自发为影片卖力吆喝，还试图通过网络喊话，为影片宣发出谋划策。在这个狂飙突进的暑期档，几乎每部国产片背后都站着一群“精神股东”。比如《封神第一部》，该片从首映反响平平，到上映17天后依然日进亿进亿元票房，与网友的持续爆梗不无关系，更离不开支持者在各平台的自发“安利”。回到该片上映之初，“中国神

话史诗感”“九年磨一剑”等宏大主题让不少围观者挑剔影片品质撑不起野心。此时，一群从电影里看到闪光点的网友在网络社区聚集，靠“盖高楼”讨论的方式，隔空出主意。“妈妈的偶像”“木工工程从无到有”“演艺训练营里的新人日常”等具体而微又带有真情实感的话题，就是网友的集思广益被宣发采纳。而就在乌鲁木齐宣布在微博开启直播当天，“精神股东”们再次留言，希望导演能安排主创去头部直播间，这便有了此后“质子团”诸人在刘畊宏直播间跳舞的出圈短视频。不过，“精神股东”多了，让一些本就“易燃易爆”的话题一触即发。随着更多人走进影院观影，《封神第一部》或有“成也爆梗，败也爆梗”的隐忧，毕竟观众对影片质量见仁见智。可能陷入被动的还有《孤注一掷》，这部反诈题材影片尚未公映已先揽5.6亿元票房，超量点映引发不小的争议。而电影提档正式公映后，质疑声并未随之消散，不少网友指责影片有干扰市场秩序之嫌。事实上，《孤注一掷》先期的票房成功未必与营销手段直接关联，该片题材的现实性、影片本身的完成度，都让它具备了全民共情的基础。然而，变了味的点映却让影片在高调亮相后，陷入数据的迷思，更让本就激烈的暑期档竞争朝着网络口水战的方向演变。

有学者提醒，中国电影市场复苏不易，内容为王应当始终作为发展的硬道理，“相比‘内耗’宣发，希望‘内卷’质量，以免透支观众对市场的信任”。

■本报记者 王筱雨

“虽然是复排，我们戏还是先要过一遍。”面对一众沪剧名家和青年演员，导演沈刚说道。这两天，上海沪剧院排练厅里的气氛和窗外的天气一样火热。为纪念著名沪剧表演艺术家丁是娥诞辰100周年，丁派经典传承剧目《罗汉钱》复排版将于9月8日在天蟾逸夫舞台上演。对于这部沪剧现代戏的里程碑之作，沈刚在建组之初就提出要“以敬畏之心传承，以现代审美创新”，全新加入的歌队表演形式以及表演至上的创作态度已能辨得几分。

以创带教，细致揣摩角色心境

《罗汉钱》的故事并不复杂，以一对年轻男女突破封建束缚自由恋爱为主线。作为上海人民沪剧团（上海沪剧院前身）解放初期创排的第一部现代戏，《罗汉钱》可以说让沪剧从上海走向了全国。在首届全国戏曲观摩演出大会上，《罗汉钱》斩获剧本奖及二等演出奖，主演丁是娥与石筱英也拿下一等演员奖。“这是沪剧的一面旗帜，自该作品成功后，剧种现代戏的创作一发不可收拾，一代代演员也在这部戏里成长。”沈刚表示。本次复排集结了沪剧院中力量最精、吴争光、洪立勇、钱思剑以及年轻一代演员，剧目总时长从原来的三小时浓缩到两个多小时。

“艾艾呀，只要有你的娘亲在，决不会让你吃苦受欺凌。”排练中，沪剧名家程臻一段投入的演唱，将主角小飞娥爱女切切的情感刻画得入木三分。“《罗汉钱》是每个沪剧演员从小就接触的作品，我的老师马莉莉又向我口传心授了这部戏，能够将丁派经典传承下去是我的荣幸。”距离程臻上一次出演《罗汉钱》全剧已过去了十余年，她坦言此次复排的感受是截然不同的，“这一次有了更多碰撞和火花。”

以创带教，在正式开排前，沈刚为演员们进行了细致的人物阐述，并给他们布置了功课——排小品。第一天，饰演“张艾艾”的钱莹与“李小晚”的扮演者朱君尧便“演练”了二人的恋爱过程。在沈刚看来，这样的练习对演员深入人物有着很大的帮助，“虽然小品中的有些细节并不一定会在台上出现，但排练的过程会在演员心中留下痕迹，使得表演更加饱满”。

创新形式，融入歌队、阿卡贝拉

“这部戏具有厚重的年代感，演员只有抓住彼时的生活状态，才能让观众不出戏。”曾执导《老娘舅》《开心公寓》等知名情景剧，沈刚深切地感受到表演对于作品无可替代的重要作用，小到舀水、倒水，绣花、吃饭这样的细节，沈刚都会给演员们细抠。“舞台的根扎在表演里，观众进入剧场，看的不仅是剧情，更是角儿。”沈刚对记者表示，“我常跟年轻人说，‘你们必须成为角儿’，因为沪剧需要角儿。”

《罗汉钱》留下了包括“回忆”“相亲”等众多唱段，而其中最脍炙人口的莫过于用江南民间乐曲【紫竹调】谱写的唱段“燕燕做媒”，该唱段多次代表沪剧登上春晚舞台，有点岁数的人几乎都能哼上两句。这次演出，青年演员洪豆豆将带来这一名段。“以往都是穿着漂亮的旗袍单独唱这段，加入各种小腔。”如今，她不再追求怎么好听怎么唱，“在台上感情要大于技巧，得百分百投入到剧情里，尽力说服婶婶同意两人的婚事。”

老戏新排，新风格新样式必不可少。剧中增加了歌队的表演形式，丰富舞台效果，以类音乐剧的方式夹叙夹议推动剧情发展。同时，在歌队形式中创新性地加入了阿卡贝拉的演唱方式，利用早期的山歌调，配以演员的纯人声加上锣鼓点，结合沪剧传统的西乡调来演绎。剧本则加强了戏剧冲突的描写，突出争取人性解放的主题。《罗汉钱》的乐队启用了管弦乐队和民乐结合的形式，资深作曲汝金山期待能既留住老戏迷，又吸引一批新观众。



丁派经典传承剧目《罗汉钱》排练照。（上海沪剧院供图）

以舞蹈表现文物的舞集《良渚》明天来沪，带观众——

穿越5000年感受中华文明之光

■本报记者 宣晶

5000年前，良渚人修建了世界上最早的水坝，他们播种水稻、磨制玉器、修建水利、祭天礼地，留下人类文明的痕迹。良渚遗址的重大发现，点亮了中华文明之光，这束光也照亮了一方舞台。明天，浙江·浙江歌舞剧院将携舞集《良渚》亮相上海歌剧院，以舞蹈表现文物，将观众带入神秘而古老的良渚世界，跨越时间与先民们心灵对话。“用舞蹈的语言表现‘良渚’是最合适的，也是最难呈现的。”总导演黄亦川认为，良渚吸引观众的目光，更多的是一种厚重与隽永的文化符号。“舞集《良渚》并非用舞蹈直观模拟文物的形态，而是着力表现先民劳作与创造、智慧与传承之间的关系，用最原初的方式去呈现最深处的记忆。”



浙演·浙江歌舞剧院将携舞集《良渚》亮相上海歌剧院，以舞蹈表现文物，将观众带入神秘而古老的良渚世界，跨越时间与先民们心灵对话。

创作初期，《良渚》主创团队数次前往博物院采风调研，反复观看珍贵的出土文物。“先民的生活和技艺，其实从来没有离开过我们。”在良渚博物院里，薄薄的陶片让黄亦川叹为观止，“那时候并没有先进的工具，完全是靠手作。你无法想象它怎么能做得那么薄！”然而，用艺术让文物“活”起来，并没有一定之规，更不是成功捷径。在与考古学家们的多次座谈中，黄亦川意识到，不能用虚构的故事来呈现良渚的面貌。“由于缺乏明晰的文字记载，专家们通过考古发掘的各种遗迹和出土文物，经过多年努力才逐渐解读出5000年前良渚的面貌。如果为了创作而虚构故

事，那将是一个悖论。”为了尽最大程度准确地表达良渚，新作选择以独特的舞集形式呈现。何为舞集？在黄亦川眼中，舞蹈的美学价值在于它所传达的思想和情感，以及透过舞蹈动作肢体语言的演绎，它所展现的视觉和听觉效果亦可被视作一本诗集、散文集或画集。舞集《良渚》分为“序”“谷物”“基石”“黑陶”“玉琮”“符号”等篇章。通过舞蹈肢体语言与多媒体数字构建，这些篇章分别对应着源起、见证、印记、智慧、沟通、传承等不同意象。在“谷物”篇中，先民的稻作带观

众回溯中国农耕文化起源；“玉琮”一幕里，神秘而朦胧的氛围。透过这台表演，观众回眸祖先留下的宝贵财富，感受浓郁热烈的民族情感。坝成为舞集的音乐逻辑线，连贯串起前后篇章。“良渚出土的陶片特别多，有考古学者认为当时可能存在用陶制成的吹奏乐器。”黄亦川说，尽管今天无从得知良渚先民制作的乐器原貌，但可以通过材质推论，陶埙与良渚有着千丝万缕的联系。在音乐表达上，旋律与音效的多层布局，远近交替，时行时止，将来自远古时代的气息层层铺开，期望带来身临其境的体验。

850场阅读活动营造满城书香

（上接第一版）

另一“国字号”活动——中国作家协会“行进的风暴——新时代文学攀登计划作品联展”也将启动，书展期间陆续举办《飞翔》《欢迎来到人间》、陆天明《沿途》、欧阳黔森《莫道君行早》、杨志军《雪山大地》、熊群群《金墟》、李凤群《月下》及作家小白作品分享会。

中国出版集团旗下各出版单位将举办近百场线下活动，如人民文学出版社“康震新书分享会”、商务印书馆“鲍鹏山新说中国经典——《孔子如是》《江湖不远》新书分享会”、中华书局“《古籍版本十讲》新书发布会”、中国大百科全书出版社“陈洪《中国儿童军事百科全书》读者见面会”、生活·读书·新知三联书店“消失的‘中国莎士比亚’：熊式一的故事”、东方出版中心“区域国别史经典丛书”发布会等。

“世纪矩阵”将亮相，中华经典文献精品聚焦传统文化

作为上海出版主力军的上海世纪出版集团，将率旗下出版单位、实体书店、文创产品研发机构、线上传播平台等组成“世纪矩阵”集中亮相，参展图书达万余种，包括以“世纪好书”品牌榜单入选图书为引领的2000多种新书，并举办220多场各类活动。

今年，世纪出版聚焦中华优秀传统文化和中华民族现代文明、中国式现代化理论和实践创新、融合发展和出版创新、上海城市精神和城市品格四个方面

策划展陈。以“泱泱大国，皇皇巨观”为主题的“中华经典文献精品展”，彰显世纪出版在中华优秀传统文化出版领域的积淀和实力，书展期间开设“国学‘七天七堂课’”品牌活动。聚合数据开放平台2.0、“尚古汇典·古籍数字服务平台”“清华大学藏战国竹简”数据库都将在书展期间发布。“世纪出版拿出超过一半展厅，重点策划布置融为一体中华经典文献精品展和世纪国馆藏，力求为本届上海书展增添更多文化自信的底色。”世纪出版集团副总裁彭卫国介绍，上海古籍出版社、上海辞书出版社、中西书局、上海书画出版社等专业出版社首次在国家馆藏集中展陈销售，上海图书馆“消失的‘中国莎士比亚’：熊式一的故事”、东方出版中心“区域国别史经典丛书”发布会等。非遗传性传承人将在“博古斋”区域现场展示古籍修复工序，讲解古籍修复知识，小读者还可体验古籍修复技艺。国图馆将首次推出多种特色文创，如由《飞影阁》画报衍生的7天7帆布袋等。

朵云书院9家门店均将在书展期间策划系列活动——浙江黄岩、四川成都和江苏苏州3家加盟店将与上海书展主会场世纪集团展区互联互通，分别设立沪版精品和“世纪好书”专区；朵云书院·滴水湖店将举行以“在书的世界打开世界的书”为主题的上海国际文学周论坛，这也是上海书展重要品牌项目首次落地临港新片区。