

■关注

# 前冷后热—— 2014年电影贺岁档的变化

□张慧瑜

贺岁档是中国电影最为成熟、也最具市场价值的档期,近些年大多从11月中下旬就拉开战幕,直到2月中旬过完春节长假后才鸣金收兵,这个横跨阳历岁末、农历年初的档期自上世纪90年代末以来已经日益成为中国电影的“黄金档”。2014年电影贺岁档出现“前冷后热”的新现象,12月份国产片整体乏善可陈,只有《私人订制》一枝独秀引起观影狂潮。没有想到贺岁档接近尾声才峰回路转,尤其是魔幻大片《西游记之大闹天宫》和合家欢电影《爸爸去哪儿》成为“黄金搭档”,最终使得2014年贺岁档曲终奏雅。

## “好戏在后头”

以“贺岁档”为代表的电影档期是电影市场发展和成熟的产物,不同的国家和地区因观影习惯等原因会形成不同的电影档期,如好莱坞电影的黄金档是暑期档。贺岁档的概念最早出现在香港上世纪80年代,由大牌明星扮演港式喜剧来进行电影“贺岁”,如“家有喜事”等至今也是贺岁港片的固定节目。1995年成龙的电影《红番区》以贺岁片的形式引进,1997年年底冯小刚拍摄了第一部内地贺岁片《甲方乙方》,贺岁档的概念和意识逐渐在内地形成。新世纪以来,随着中国电影产业化改革以及电影市场的跨越式增长,每年的贺岁档都会创造票房和观影人次的高峰,贺岁档也成为竞争最为激烈、残酷的档期。不仅国产大片铆足了劲要在贺岁档一较高下,而且中小成本影片也甘当炮灰试一下运气。

一般来说,贺岁档的上半段12月份主要是国产大片集中发力的时期,也会整体拉升全年国产电影票房,逆转前三个季度进口影片的优势地位,元旦过后的1月份会出现一些进口片。总体来看,贺岁档基本上是国产电影的天下,进口大片更看重暑期档(除了2010年贺岁档的《阿凡达》例外)。尽管以“贺岁”的名义,中小成本影片也多选在贺岁档扎堆上映,如2014年贺岁档上映的《六福喜事》《大闹天宫》等,但除了“冯氏喜剧”和《泰囧》等极少数例外,贺岁档主要是国产大片的舞台。前几年都有几部国产大片的重头戏在贺岁档打擂台,如2011年陈凯歌的《赵氏孤儿》、姜文的《让子弹飞》,2012年张艺谋的《金陵十三钗》、徐克的《龙门飞甲》以及2013年成龙的《十二生肖》、冯小刚的《一九四二》、周星驰的《西游·降魔篇》等。

2014年贺岁档上半段上映影片主要有港片《扫毒》《风暴》,古装片《四大名捕2》,宁浩的《无人区》和冯小刚的《私人订制》等,这些影片没能带动圣诞节、元旦假期的观影高潮,反而使电影市场出现明显下滑。2013年12月电影票房比2012年同期下降18%,仅为22亿元。那种贺岁档国产大片“激战”的现象并没有出现,这与2013年中国电影市场的整体变化有关。一方面,贺岁



档固然更容易带来票房,但由于强强争锋风险也随之增加,如2013年贺岁档上映的古装大片《血滴子》《王的盛宴》等都血本无归,再加上近几年国产大片(特别是古装片)的高票房效应也在下降,使得电影市场投资大片越来越谨慎;另一方面,从2012年年底《泰囧》创造国产片过13亿的最高票房始,一系列中小成本影片如《北京遇上西雅图》《致我们终将逝去的青春》《中国合伙人》《小时代》等在2013年获得5亿以上的高票房,说明过于拥挤的贺岁档并非票房大卖的惟一选择。

元旦过后上映的进口片《神偷奶爸2》《安德的游戏》等也没能扭转今年贺岁档的颓势,直到1月底3D巨制《西游记之大闹天宫》的上映以及根据同名电视节目改编的儿童片《爸爸去哪儿》的“意外”走红,出现了这些年最为火爆的春节黄金档,这7天票房高达14.23亿元、观影人次近4千万。可以说,2014年贺岁档“好戏在后头”,截至春节长假结束后已经收获近30亿票房,创造了2014年中国电影市场的开门红。

## 国产电影的“私人订制”

2014年贺岁档由两部港片《扫毒》和《风暴》

拉开序幕,这两部影片中出现了大量的枪战场景,让观众想起上世纪80年代香港警匪片的影子。《扫毒》把香港电影中义薄云天的兄弟情与卧底故事嫁接在一起,讲述无法做兄弟以及彼此背叛的困境,而《风暴》则叙述了一个立志保护香港市民安全的好警察一步步走向犯罪深渊的故事。这两部影片都弥漫着一股绝望的情绪,《扫毒》结尾处三兄弟在临终的母亲面前虽然和好如初,但难以重现“浩气壮,过千关”的英雄本色,就连精心呵护的中产阶级家庭也无法保全。同样的绝望感在《风暴》中更加清晰,影片结尾处香港核心区域中环沦陷,想洗白身份的劫匪阿邦(做卧底而不得)无法逃离成为好男人、好丈夫,最终暴死街头。

与这些合拍片中所呈现的香港人在内地经



济崛起、香港边缘化的背景下深陷挣扎、无处可逃的内在焦虑不同,国产片《无人区》《私人订制》则讲述了大陆新兴都市中产者的另一种主体状态。宁浩2009年拍摄完成的《无人区》借用好莱坞西部片的模式,试图打造中国版西部片。就像2010年公映的《西风烈》一样,《无人区》虽然难以把与美国西部拓荒史有着内在联系的西部牛仔国产化,但其意义在于讲述了以徐峥扮演的律师在无人区遭遇更加真实的社会境遇的故事。无人区虽是一个与现代文明社会相隔离的空间,但也是一个弱肉强食、强买强卖的高度利益化的丛林社会,这与徐峥所信奉的自私自利、沽名钓誉的城市文明没有本质区别。在这里,宁浩用这种动物性的利益驱动所形成的“无人区”来反思现代法治社会的非人化,并通过徐峥对更加弱势的女性的拯救来获得精神升华。

如果说《无人区》给都市中产阶级“订制”了一份略带恐怖的自我救赎之旅,那么冯小刚携王朔、葛优强势回归的喜剧片《私人订制》则依然讲述顽主们“好梦一日游”的故事。这部电影并没有带来太多惊喜,依旧是“铁打”的葛优、笑料十足的京味段子和琳琅满目的植入广告,这可以说是冯氏喜剧不可或缺“老三样”,也是冯小刚横

扫中国电影江湖十几年的票房杀手锏。值得追问的不在《私人订制》如何炒《顽主》(1988年)、《甲方乙方》的冷饭,而是如此冷饭为何能够一次次地端上80年代、90年代和新世纪以来的文化餐桌。正如《私人订制》中“死而复生”的顽主们继续扮演“人生魔术师”的角色,既可以让小人物体会当官、做有钱人的白日梦,又可以给享誉全球的艺术家换掉“一腔俗血”。这部电影与其说是像《顽主》《甲方乙方》那样帮助别人实现“白日梦”、让人来圆梦,不如说更想劝慰人们更需要踏实地过好小日子。尽管对于当下格外年轻的观众来说,没有多少人愿意体会冯小刚以及不老的顽主们的“良苦用心”,但是他们却用观看《爸爸去哪儿》的实际行动,证明谁才是当下国产电影市场的文化“宠儿”。

## “春节档”的文化启示

一群“从天而降”的星爸萌娃所演绎的奇遇记《爸爸去哪儿》成为马年电影市场的第一匹黑马,这部电影不仅刷新《私人订制》刚刚创造的2D国产片首日票房纪录,而且上映10天累计票房达5.7亿元。据说这部根据同名亲子真人秀改编的电影拍摄时间仅为5天,就凭电视节目积累的口碑效应打响了马年电影市场的头炮。这部适合全家观看的合家欢电影如此精准地击中于年轻观众的心思,也反映出6到14岁的低幼龄儿童已经成为包括电影在内的文化消费市场的增长点。这也正是如《熊出没之夺宝熊兵》《喜羊羊与灰太狼之飞马奇遇记》《巴拉啦小魔仙之魔法的考验》等动漫电影能够从贺岁档中分得一杯羹的原因。电影版《爸爸去哪儿》选取野外动物园为外景,让这些明星星爸带着孩子参加两天一夜的户外活动。影片主要有两个看点,一是笨手笨脚的明星爸爸要像妈妈一样照顾孩子的衣食住行,二是孩子之间的童言无忌和两小无猜。这部电影及电视节目所传递的文化价值观不在于教人如何育儿、亲子,而是孩子已经成为塑造中产阶级家庭完美生活的重要组成部分。

就在《爸爸去哪儿》这部加长版电视节目究竟是不是电影引发“吐槽”之时,制作时间长达3年、成本5亿元的华语3D大片《西游记之大闹天宫》也创造了不俗的票房。与2013年周星驰版《西游·降魔篇》相似,投资如此巨大的大片必然期许海外市场,因此,传统的东方西游故事被有“创造性”地改编为好莱坞魔幻片,尤其是两部影片中中性大发的孙悟空最终变形为好莱坞电影中的大金刚。如果说《西游·降魔篇》把白面书生唐三藏改写为降妖除魔的驱魔人,那么甄子丹出演的桀骜不驯的孙悟空则由敢“把玉帝老儿拉下马”的叛逆者变成与慈父般宽容的玉皇大帝一起制服黑暗王国的统治者孙悟空的故事,于是,没有“大闹天宫”的孙悟空在被如来佛祖降服之前就已经变成了“听话的好孩子”孙行者,这就导致结尾处孙悟空主动要求压在五行山下显得不伦不类。不过,这种维护一尘不染的天空、弘扬女媧献身南天门的精魂,倒也吻合以《英雄》来替“天”行道的新规范。

2014年贺岁档即将落幕,一批都市爱情片正在抢占“情人节”,中国电影能否更有创造性地演绎这个“大时代”的新故事,而不仅仅满足于“小时代”的小悲欢,依然是一个值得深思的问题。

■边走边说

# 还原年代 铭刻爱情

□李然



年代家庭情感剧是国内电视荧屏的畅销剧种,并且依靠集体怀旧与家庭情感的双保险攻克了电视剧的主流观众群。也正因其畅销,播出的类型剧集数量已经相当之多,使得后来者面临的挑战和风险呈几何级数增加。在此背景下,《父母爱情》马年央视开播,首日便收获收视佳绩,有些出人意料,其表现在某种程度上改变了观众对于年代怀旧剧的审美疲劳。那么,他们是如何做到的?

笔者认为,《父母爱情》的改变首先来自剧本的突破。该剧以海军司令江德福与资本家小姐安杰两个身份差异巨大的人的50年感情为线索,讲述了父母那代人平淡、温暖且长久的爱情故事。郭涛饰演的江德福从一个没有太多文化的团级海军炮兵学校学员最终成长为一位将军,他与梅婷饰演的安杰是完全不同的两种人,互有欣赏也互有不满,然而,他们却顶住了那个时代来自方方面面的压力走到一起,在各种各样的矛盾中,吵着、笑着、“相互改造着”度过了一生。这样的人物和情节设定,似乎似曾相识,比如《王贵与安娜》,充满“小资情调”的漂亮上海女孩儿与长相平平的农村男,人物差异制造矛盾,矛盾诞生戏剧效果。不过,在差异这一点上,《父母爱情》表现得更为极致,除了文雅和质朴之外,编剧刘静赋予男女主角极大的“阶级差异”,时代氛围的描绘也更加丰富,人物与“没文化”时代的融合也更加清晰。

刘静是军旅女作家,发表于1994年的中篇小说《父母爱情》便是其成名作,该作品典型地体现了其睿智、幽默、

生动、泼辣的风格。在原作品出色的基础上,经由刘静本人改编的电视剧剧本,延续了原作自由洒脱与轻松自如兼具的特质,也实现了年代剧的拓展和突破,虽然程度柔和,但这种对时代特点更加深入的叙述尝试,为这部剧集的层次带来了明显的提升。它让年代剧更具时代特征,而不仅仅只作为一个背景时间,也使得剧中的人物和情节显得更加新鲜和真实。比如,剧中对女主角安杰的资本家家庭刻画非常细致,在强调阶级出身的年代,他们处境尴尬,同时又保留着明显的优越感,而在现实中,他们则攀上一位军官亲戚感到踏实。该剧用了不少篇幅较为坦率地展现了“资本家”在特定时代环境下的所做所想,提供给观众另一种视角和思考空间,也让大家真正对于怀旧剧的“年代”有了更真实的观感。

这种“年代上的突破”让男女主人公之间的故事也更加精彩。除了惯常“高女低男”组合所能提供的戏剧冲突之外,农民出身的憨厚军官与资产阶级出身的娇贵小姐之间,还要时常面对观念上的碰撞,小两口之间的“阶级斗争”与“相互改造”十分有趣,而且,胜出的通常不是“出身明显更好”的男主角,这样的情节设计显示出编剧结构作品的与众不同之处。同时,在沉重的时代背景下,编剧能很好地控制着剧中的矛盾起伏,出现在观众面前的,多是一个接一个小矛盾、小冲突,节奏明快,轻松有趣,这一点十分重要,在很大程度上消解了厚重背景可能导致的叙述上的忙乱,简化了剧情,将故事集中于家庭,最终出现的仍旧是观众喜闻乐见、容易引起共鸣的家庭情感剧。

此外,演员的出色表演也是该剧受欢迎的重要原因。郭涛和梅婷的形象、演技与角色十分贴合,而他们也能够吸引年轻观众的关注。饰演“直肠子小姑”的刘琳也奉献了传神的表演,另外两位实力演员,在剧中饰演安家大哥安泰的郭广平,以及饰演其妻子的王菁华,很好地演绎了那个时代“资本家”的复杂感受和多变心态,也为该剧加分不少。

当下的怀旧剧虽多,但在剧本上有所突破且在制作品质上尊重观众审美需求的作品并不多。而该剧恰恰为后来者提供了一些启示:今后的年代怀旧剧创作,需要更深入真实地研究和表现时代,而不仅仅是将“年代”二字完全交给道具和服装。还原年代,还原人的性格和精神,才是真正的年代剧。

■想到就说

# 中国更需要有较高艺术水准的电影

□张魁兴

买票要排队,黄金时段场场爆满。马年春节长假,电影院格外火热。在《西游记之大闹天宫》与《爸爸去哪儿》的双轮驱动下,全国影市长假7天狂飙突进,票房突破14亿元,成为内地史上最强档期。但《大闹天宫》和《爸爸去哪儿》也被频频“吐槽”,特别是《爸爸去哪儿》在收获“欢乐、有趣”叫好声的同时,也有人惊呼,一个亲子电视节目搬上大银幕居然席卷票房,中国电影没救了。

中国的电影事业正在向前发展是不争的事实,一方面,电影产量、屏幕数、票房增加了;另一方面,电影向着多元化的方向发展,其中,纯粹的娱乐片发展速度最快,票房贡献率越来越大。然而,中国绝对称不上是电影强国,中国电影市场还没有走上健康发展的道路。这也是不争的事实。中国电影票房突破了200亿,是一件大好事,但与电影产量平均下来,每部影片的平均票房还不足以偿还成本,总体上看,中国电影还是赔本买卖。有口碑的好电影往往没有票房,有票房的电影往往没口碑。

今年春节档期的票房情况就是中国电影市场的一个缩影。《大闹天宫》与《爸爸去哪儿》的票房突破14亿元,两部电

影充满欢乐、有趣、好玩,有票房但谈不上有艺术。更耐人寻味的是,同档期口碑较好的《澳门风云》《前任攻略》《冰雪奇缘》,排片场次少,票房也不高。如果《大闹天宫》和《爸爸去哪儿》是艺术性较高的影片也就罢了,但是这两部电影谈不上什么艺术,而且,《爸爸去哪儿》还有虐儿虐心的嫌疑,那为什么还会有高票房呢?

有消息称,2013年最火爆国产电影榜单已经出炉,其中被公认为差片的《天机·富春山居图》,竟然以3亿的票房进入榜单。这不是片子越烂越有票房吗?电影是文化产业,即使是纯粹的娱乐片也要传递正能量。然而现实是,一些高票房的电影不仅缺乏艺术性,思想上也有待商榷。这是必须引起高度重视的问题。提高电影质量才是硬道理,中国电影不仅要让观众喜闻乐见,还需要有好的主题,有较高的艺术性。某知名导演曾经说过,好的电影之所以能够风靡世界,除了它制作精良、特技惊险的视觉冲击力外,最重要的原因就是电影的主题及它所张扬的价值观永远是真善美,讲述了人类共通的情感,这是艺术的普遍规律。中国更需要有艺术的电影。只有有艺术的电影,才能撑起中国电影的未来。

## 《冰雪奇缘》故事精彩不落俗套



由中影和华夏全国发行,荣获今年奥斯卡最佳动画、最佳歌曲两大提名的迪士尼经典巨制《冰雪奇缘》时下正在全国各大影院上映。《冰雪奇缘》是迪士尼继广受好评的《魔法奇缘》《无敌破坏王》等热映后,再度打造的全新经典。讲述了王国因为一个咒语而被冰雪覆盖,乐观无畏的安娜和热爱冒险的山民克里斯托夫组队出发,踏上一段魔法层出不穷、旅程峰回路转的破解魔咒之旅的故事。影片由克里斯·巴克、詹妮弗·李共同执导。精彩又不落俗套的感人故事、欢乐爆笑又可爱的角色、经典的音乐与歌曲、雪亮晶莹的场景等都令观众惊艳。发行方希望该片能成为春节期间合家欢最强档,受到更多大观众和小观众的喜爱。(余文)