

《比悲伤更悲伤的故事》喜提周冠

“好哭”的爱情片“跑赢”漫威

■文/本报记者 郑中砥

3月14日“白色情人节”档期此前一直是片未被开垦的处女地,今年选择在3月14日(周四)上映的台湾电影《比悲伤更悲伤的故事》演绎了一条陡然崛起的市场轨迹。影片上映首日排片仅11.5%,不敌《惊奇队长》三分之一;但第二天就以18%的排片将日票房拉升至5000万量级,力压《惊奇队长》,成为当日票房冠军,并持续保持上扬势头;43小时票房突破亿元大关,54小时破2亿,74小时破3亿,98小时破4亿。

《比悲伤更悲伤的故事》首周呈现如此陡然迅猛的市场曲线,与2017年底上映、最终票房逼近20亿的《前任3:再见前任》颇为神似。有业内人士将这两部影片作比,认为《比悲伤更悲伤的故事》当前的市场表现已经“直奔10亿而去,很有可能成为今年最卖座的爱情电影”。

与市场黑马《比悲伤更悲伤的故事》不同的是,上周两部获奖文艺电影《阳台上》和《过春天》同时遇冷,单片票房都未过千万,口碑对票房的影响力不足,未能出现如《绿皮书》般的口碑托举效应。此外,号称2018年度泰国票房冠军的《把哥哥退货可以吗》上周也仅收150万票房,与该片在泰国本土的市场表现天壤之别,也与2017年国内上映的泰国电影《天才枪手》2.7亿的票房相差甚远。同时,漫威电影《惊奇队长》也不敌《比悲伤更悲伤的故事》,排片、票房差距逐日拉大,最终被“悲伤”抢走周冠。

在周内有进口大片和获奖文艺电影同时上映的情况下,《比悲伤更悲伤的故事》以精准的卖点和泪点突破前后夹击的境地,喜提周冠的同时也展现出了爱情片极为强大的市场号召力。

◎“好哭”好档期 好营销——《比悲伤更悲伤的故事》三招制胜

此次《比悲伤更悲伤的故事》以强势“黑马”之姿在市场上脱颖而出,令许多业内人士感到意外。

金逸珠江院线总经理助理谢世明直言,“当时以为这部电影也就是七八千万的体量,现在看来已经冲着10亿票房去了,我们都觉得很意外”。

与谢世明有同样“意外”之感的还有中影星美院线宣发部副经理杨帆,“这样一部改编自韩国电影的台湾影片能够压过《惊奇队长》,确实有些意外”。

浙江星光院线总经理富海芳则对《比悲伤更悲伤的故事》的脱颖而出并不奇怪,“好看好哭的爱情片已经很久没有过了,这部片子剧情有话

题,口碑也不错,关键还有抖音上的刷屏传播,很多观众是被吸引进去的。”

中国台湾版《比悲伤更悲伤的故事》翻拍自2009年韩国同名影片,由林孝谦导演,陈意涵、刘以豪、张书豪、陈庭妮、吴映洁等主演。影片在剧情上与原版没有大的差别,只在细节处进行本土化改编,最大程度保留了原版的“催泪功能”。

“好哭”是业内人士给这部电影的标签,杨帆也认为“近来伤感类爱情题材几乎没有出现过,《比悲伤更悲伤的故事》填补了空白”。谢世明更是将《比悲伤更悲伤的故事》与《前任3:再见前

任》作比,提出“这种催泪爱情片是市场刚需”。

在档期选择上,《比悲伤更悲伤的故事》选择在“3·14白色情人节”档期上映,比其他几部选择在周五起片的《阳台上》、《过春天》、《把哥哥退货可以吗》等提前一天上映,拉长了影片的口碑发酵空间。

随着影片热映,“白色情人节”档期也开始受到业内人士关注。《比悲伤更悲伤的故事》抓住了“白色情人节”的营销噱头,3月14日的白色情人节与春节档期相隔一个月,春节档的影片已经释放得差不多了,同档期竞争又不是很激烈,口碑好的话,就形成了

观影热潮。”杨帆说。

在采访中,多位业内人士都提到了《比悲伤更悲伤的故事》的“抖音营销”。“很多观众都是被抖音宣传吸引到影院的,这与《前任3》的操作很像”,谢世明说。

精准定位“好哭”爱情片,选择合适档期,进行抖音等自媒体营销,引发二次传播,这些因素成为业内总结出《比悲伤更悲伤的故事》克敌制胜的“三大法宝”。“《比悲伤更悲伤的故事》是2018年台湾本土票房冠军,这个对观众的吸引力可能会很大,同时,网络上没有盗版出现,也为这部片子的票房做出很大贡献”。谢世明补充道。

◎《阳台上》《过春天》——文艺片重视口碑和营销才会有春天

《钢的琴》导演张猛新作《阳台上》经历了去年的延期上映后,再启宣发总显得捉襟见肘,上映首日票房170余万,首周票房不足400万。

影片改编自任晓雯的同名短篇小说,讲述了一个由拆迁引发的复仇故事,全片采用胶片拍摄。有观众对影片画面上的用心表示肯定,但更多观众对影片“拖沓的叙事、空洞的人物”等方面直言“失望”。

该片在猫眼上的评分仅有5.2分,淘票票与豆瓣的评分均为6.1。谢世明说,“猫眼评分比豆瓣评分还低的情况非常罕见,《阳台上》出现这样的情况说明它在观众中的口碑确实不高,再加上首映场之后有低分口碑传出,很大程度上也降低了影片的吸引力。”

周冬雨参演并首任出品人,是《阳台上》的一大宣传卖点,但有业内人士却直言周冬雨出品人“不够合格”,“周

冬雨任出品人有两种情况,一种是她确实有真金白银投资在其中,另一种可能就是可能片酬抵投资后挂名出品人。我们参照吴京作为出品人之一的《流浪地球》,明星出品人全国跑了多少场路演;但《阳台上》基本就只有北京一场发布会后就没有消息了,从这个角度上来看,周冬雨并不是一个合格的明星出品人。”

白雪导演处女作《过春天》口碑极佳,一个穿梭在深圳与香港之间的“带货少女”、一段冒险躁动的青春成长,豆瓣与猫眼、淘票票评分均超8分,被诸多影评人称之为“2019十佳青春片之一”。但影片排片极低,票房不足800万。

“《过春天》作为新人新作,这样的市场表现还算中规中矩,我认为不会是爆款的一个影响因素是影片大量使用粤语对白,语言上有很大的地域性,这就导致很多非粤语观众对影片的‘语言

梗”了解不到。”谢世明说。

两部艺术片同时“沉默”受到了业内关注。杨帆认为,“3、4月确实是文艺片高产的月份,以上两部片子也确实有所谓的文艺气质,但是从题材上来看,这两部影片并没有找到如《无名之辈》那样的大众情感共鸣点。”富海芳则更多将这两部影片的“沉默”归于营销,“这两部片子其实品相还好的,但文艺片也需要找到适合的营销方式,太默默无闻就会没人关注。”

同属文艺片,本周即将上映的《波西米亚狂想曲》和《地久天长》却被业内人士一致看好,杨帆表示“希望更多观众会因为这两部影片走进影院”,谢世明更是直言《波西米亚狂想曲》是他本周最看好的一部影片。富海芳虽然也认为“这两部影片无论等级与宣传上都要比《阳台上》和《过春天》强一些,值得期待”,但同时他并不如谢世明般乐观,他称“是否会成为票房黑马恐怕谈不

上,文艺片很少出现黑马”。

由全国文联主发的《波西米亚狂想曲》目前预售总票房已超450万,谢世明对这部电影的口碑和上座率做了分析,表现出极大的市场期待,“虽然它放映范围较小,加上IMAX、杜比厅等的全国可能2000家左右,但是当前的口碑释放与几乎满场的上座率,尤其是在口碑越来越重要的当下,我会更看重《波西米亚狂想曲》,觉得它会突围。”

对于如何保证不同类型风格影片良性共生的市场环境,中国文联电影艺术中心主任饶曙光表示,“文艺片、中小成本影片必须要找到适合自身的宣传、发行模式,实现自身的良性循环。而培育、拓展文艺片、中小成本影片的观众群体,更是任重而道远。中国电影实现升级换代、高质量发展,各种不同类型的电影都能够各得其所、良性循环,或许是至关重要的环节。”

香港国际影视展(FILMART)开锣

超880家展商呈献最新作品及技术

本报讯 由香港贸易发展局(香港贸发局)主办的香港国际影视展(FILMART)于3月18日至21日在香港会议展览中心举行。作为香港影视娱乐博览8大精彩活动之一,FILMART开幕首日举办香港影视娱乐博览启动仪式,出席嘉宾包括香港特区政府财政司司长陈茂波、香港贸易发展局局长苏菲文、国家广播电视总局电视剧司副司长刘梅娟、香港贸发局影视娱乐业咨询委员会主席林建岳,以及香港影视娱乐大使黎明。

FILMART今年踏入第23届,吸引来自35个国家及地区超过880家公司参展,包括香港各大电影公司,以及中

国内地及国际主要电影单位。其中,来自中国内地的参展商规模庞大,多个省市如广东、浙江、北京、上海、湖南等将再度设立地区展馆,而江苏、横店及厦门亦新设展馆。此外,今年FILMART亦吸引超过390家来自“一带一路”沿线国家,包括柬埔寨、印度、印尼、波兰、俄罗斯、泰国、土耳其、乌克兰及越南等的参展商,希望透过香港平台,拓展中国内地及国际市场。

大会今年继续聚焦“纪录片世界”主题展区,290家来自美国、英国、日本、韩国、台湾及香港地区的参展商将展示其作品。3月18日举行“纪录片:

我们为什么在乎你的故事?”专题研讨会,重量级讲者包括 First Hand Films 行政总监 Esther van Messel、《舌尖上的中国》出品人朱乐贤,以及 BBC 工作室亚洲执行副总裁 David Weiland,携手探讨相关议题。

除了上述研讨会外,本届 FILMART 论坛讲者阵容强劲,包括 HBO Asia 行政总裁 Jonathan Spink、YouTube 国际市场营销总监补炫郁、《饥饿游戏》电影系列的发行商、狮门娱乐公司环球电视及数位发行主席 Jim Packer、艾美奖得主乔·阿奎拉、《极悍巨鲨》制片人 Belle Avery、《叶问前传》出品人冼国林、《志明与春

(郑中砥)

谱写闽西苏区爱的礼赞

民族歌剧《松毛岭之恋》在京上演

本报讯 3月13日、14日,由福建省文化和旅游厅出品、福建省歌舞剧院创排的民族歌剧《松毛岭之恋》在北京保利剧院连续上演。剧场内座无虚席,观众们都被这部谱写闽西苏区英雄赞歌、展现闽西儿女大爱精神的原创民族歌剧打动。

《松毛岭之恋》取材于闽西革命老区的真实故事,是为传承弘扬红色文化、深入挖掘代表性革命文化题材创排的大型民族歌剧,先后入选文化和旅游部“中国民族歌剧传承发展工程”2017年度首批重点扶持剧目、2018年度首批“优中选优”滚动扶持剧目。

该剧呈现了红军长征前后波澜壮阔的历史,再现了闽西人民对中国革命所做出的巨大贡献和牺牲。导演靳苗苗表示,在创作《松毛岭之恋》时,她时时刻刻被红色精神

所打动。在深入闽西革命老区下生活时,他们发现,有名字的烈士只是一小部分,更多的是无名烈士,“即使是无名烈士,我们也有所呈现,这就是我们这个剧力图追求的东西,我们没有忘记,是革命先烈用自己的生命和青春换回了今天和平的生活”。

编剧王保卫表示,闽西革命精神是一种无私的、不求回报的精神,创作《松毛岭之恋》的初衷就是让全国人民看到和平生活来之不易。

《松毛岭之恋》是福建省歌舞剧院继《平凡世界·黄土地》之后的又一部重量级剧目。该剧2018年还专门创排了精简版、音乐会等不同版本,先后赴江西、贵州等革命老区巡演,并开展了多场进部队、进校园巡演。

(杜思梦)

《在乎你》定档4月12日

本报讯 由毕国智执导,俞飞鸿、大泽隆夫领衔主演,木下彩音、前田公辉以及卢洋洋联袂主演的电影《在乎你》近日宣布将于4月12日上映,并同时发布了“不负初见”版定档海报。

在这款定档海报中,俞飞鸿一身低调的日系极简风装扮,与身穿复古红格夹克的大泽隆夫在北海道静谧的春雪中漫步,面带笑容并肩向前方走去,像是在迎接已经焦急等待许久的观众们。搭配海报上方“再见不负初见”的Slogan,令人更能感受到那份“终于等到你”的激动心情。海报中一素一艳的两人在北海道白色雪景的映衬下更加显得纯净与美好,似乎隔着屏幕都能闻到春日北海道冷空气中的丝丝甜蜜。

电影《在乎你》片名源自邓丽君



八十年代的经典名曲《我只在乎你》。影片聚焦当代都市女性,横跨北京与北海道两地,讲述了一个女人在面临不同选择中不断成长和自我救赎的故事。

(郑中砥)

《怒火》发布先导版海报

本报讯 日前,由甄子丹、谢霆锋主演,陈木胜执导的动作电影



《怒火》发布先导海报。这版海报以指纹为主要展示内容,在血色指纹中,夹杂有“公道不在人心是非只在时势”的宣传语。

电影《怒火》曾用名《火拼》,主人公警察黎亦津的妻子在海外执行秘密任务时遭遇不明匪徒,队友全部遇难而她生死不明,黎亦津赴海外营救妻子却发现了惊天内幕……

导演陈木胜透露,自己跟甄子丹已经约了很久,终于等到了此次合作。甄子丹同时还担纲本片的监制,影片正在南美取景拍摄。

(郑中砥)

葛优赵薇确认主演《两只老虎》

本报讯 近日,由赵薇监制,李非执导的电影《两只老虎》正式公布主演阵容,并发布了第二张先导海报。影片确定将由葛优和赵薇主演。

这部电影是青年导演李非的第二部执导作品,上一部《命运速递》曾于2018年5月上映,片中有一位陷入挣扎中的女演员。此前,李非曾为王小帅执导的《闯入者》、姜文执导的《邪不压正》担任编剧。

(郑中砥)

《乐高大电影2》新MV治愈不开心

本报讯 由华纳兄弟影片公司出品,《乐高大电影2》将于3月22日登陆全国院线。近日官方发布“一切都糟糕”版MV,MV一改以往欢快画风,巨型外星人侵袭末日之城,全员陷入“小确丧”情绪中,蝙蝠侠、独角兽、本尼等性格各异的居民一致沉浸在生无可恋的氛围里,全民感叹“一切都糟糕”。

不过悲伤的乌云永远不会在乐高的天空停留太久,MV后半部分超级乐天派艾米特阳光复苏,带着他经典的欢乐鸡汤“一切都很好”扭

转局面,把快乐的情绪从末日之城传染到外太空,不论是挚爱露西,还是DC英雄,以及西斯塔星系走在潮流尖端的酷炫居民,均回归到载歌载舞的乐观状态。

2014年《乐高大电影》横空出世,以超高的口碑和超赞的脑洞成为众多影迷难忘快乐源泉,其中乐天派艾米特的最爱“神曲”《一切都很好》更是从前作延续到了《乐高大电影2》,唤醒影迷的欢乐情绪之际,也展现了新作快乐升级的质量。

(郑中砥)