

(上接第3版)



◎ 打造稳定系列品牌 “前作就是续集的宣传片”

系列电影的开发,往往基于首作的成功。从某种意义上来说,“前作就是续集的宣传片”。一个成功的系列电影,在梁君健看来要具有亮点,“首先是要有鲜明特征、有成长性的人物。比如《唐人街探案》系列的神探二人组,比如《叶问》系列中的叶问,人物很饱满,可以激发出一个又一个故事。第二是要有鲜明的类型特点,比如爱情、功夫、动作等,类型要比较稳定,不能来回切换。”

当首作成功打开市场后,续集作品不管是在前期寻找投资、后期宣发,还是正式上映时,无疑都会比单打独斗的“新面孔”更吸引投资人,更贴近观众,也更容易在影院端占据排片等竞争优势,从而撬动更大市场空间。就拿《唐人街探案》来说,即使前两部相隔三年之久,从贺岁档跳到春节档的同时,电影票房同样上涨了20多亿。第三部更是已经拿下超45亿的票房。这并不是个例。《拆弹专家》第一部2017年上映,收获票房4亿的同时,也赢得了不俗的口碑;2020年底,原班人马的创作班底打造的《拆弹专家2》上映,一举拿下超13亿的票房。此外还有《流浪地球》系列、“我和我的”系列、《熊出没》系列、《扫毒》系列、《窃

听风云》系列等。

对于片方来说,系列电影提供了稳定的票房保证。潇湘电影集团有限公司剧本中心主任柏平认为,“优质系列电影都具有较好的口碑和市场效益。其中不少第二部、第三部系列电影的票房大大超过了第一部,成为了观众心中的经典品牌。与此同时,也形成了一种创作模式,为电影创作提供了一种借鉴方向,助力电影工业化和电影生态建设。”

显然,就市场来看,“观众对于系列电影认可度较高。尤其是动作、冒险等重类型、以工业美学为基础的系列片,观众能够从中找到熟悉感。”梁君健说,不仅仅是国内,国外的漫威系列、“碟中谍”“007”等等,观众都比较喜欢。在富海芳看来,观众对系列电影还是很受欢迎的,特别是能做系列的电影,第一部票房和口碑往往有基础,观众的认可度较高。很多续集虽然不如前作,但凭借第一部的影响,还是能取得不错的票房。

众所周知,系列电影在好莱坞已经非常成熟,第一部的成功,奠定了坚实的基础,进而为后续系列电影的开发降低了风险,所以好莱坞非常乐于打造系列电影。在柏平看来,“一方面是培植了一

个强大的IP,另一方面也为后续衍生品的开发奠定了基础,比如《星球大战》,而这一点也尤其体现在动画电影上,比如《冰雪奇缘》《冰川时代》等。中国系列电影未来的方向也将如此。”

当然,在电影市场逐渐以品质说话的今天,观众对系列电影的接受度,关键还是要看后续系列电影的质量,“质量决定一切”。饶曙光认为,像《战狼》《拆弹专家》《唐人街探案》《流浪地球》系列应该说是比较成功的,品牌影响力、拓展力都在不断提升。

但是也有一些系列影片,急于兑现眼前的红利,实现利益最大化并且“落袋为安”,结果造成了系列电影的“断裂”,品牌效益的丧失。比如《四大名捕》《澳门风云》等系列,本来是一个很好的系列电影品牌,但是由于后面的创意和制作都没有跟上去,创作和生产也都难以为继。

因此,开创一个系列电影的品牌不容易,维护和拓展一个系列电影的品牌就更难,毕竟“打江山容易坐江山难”。饶曙光说,系列电影,开发了两三部后,很容易陷入“后继无力”的困境。

从创作的角度来看,柏平认为,续集的再开发需要保持故事的连续性和新颖

《熊出没》系列九部票房走势图(数据截至2023年5月5日,仅供参考)

片名	票房
夺宝雄兵(2014)	2.47亿
雪岭雄风(2015)	2.94亿
雄心归来(2016)	2.87亿
奇幻空间(2017)	5.21亿
变形记(2018)	6.05亿
原始时代(2019)	7.17亿
狂野大陆(2021)	5.95亿
重返地球(2022)	9.77亿
伴我“熊芯”(2023)	14.95亿

度,既要保证故事和前作有连续性,同时又要开辟一个新的战场,构架一个不同的故事,提高续作的新颖度,才能吸引观众。二是需要保持主创的连续性和新颖度。很多观众均是基于导演、主演的因素去看系列作品,而往往主创因为档期、片酬等各方面的因素,不能在续作中

出现。同时新出现的反派是否有新颖度,是否足够吸引观众,也决定着系列电影的成败。尤其是续作的口碑,很多系列电影往往拍了两部就拍不下去,主要是因为第二部口碑达不到预期,市场效益也不理想,收不回成本,进而直接影响了续作的开发。

◎ 加强品牌培育拓展 “系列宇宙”初显

系列电影想要实现可持续创作和生产,在饶曙光看来,重中之重是培育和拓展品牌,保持优良的口碑。对于创作者来说,要“爱惜羽毛”,潜心创作,不要急功近利。在创作方面,“最好风格延续统一,尽量保持阵容,有创新创意,不要想着蹭热度,赚快钱,浪费IP。”浙江星光影院线总经理富海芳说。

那么如何保证续集的质量?“首先要抓住前作观众最关心的情节或者人物。上一部作品中人物的最终解决会是什么?下一步又将遇到何种问题?这是观众关心的话题。也因此,很多系列影片会在片尾留下彩蛋。”在此基础上,还需要开辟另一个天地。柏平认为,“系列电影不能沿用上一部同类型的情节和场景,必须在故事和场景上开辟另一个天地,开辟新的更大的困难,设置更大的更难对付的BOSS,才能有新奇感,才能让观众继续获得观众的认可。”

风格统一,这也是系列电影成功的法宝之一。系列电影模式的另一个特点就是,演员和角色往往捆绑在一起的,当

观众熟悉了演员,贸然更换演员是很“危险”的。“有趣的人物不能丢。前作中一些有趣的人物,无论是主角还是配角,都不能丢,最好是原班人马扮演,这些人物是观众最关心的。《速度与激情

3》因为换了人物和故事,被沦为整个系列电影中最差的一部。”影迷观众李先生说。

无论是从观众需求、市场空间,还是从电影产业的可持续发展等维度考量,

系列电影都是不可或缺的。因此,建立稳定的电影品牌,形成稳定的观众群,不断巩固和壮大电影市场,进而逐步探索“走出去”,以此来弘扬社会主义核心价值观、传递中国优秀的传统文化、增强中

华民族凝聚力和中华文化的影响力,全方位推进电影强国建设,是当下电影人需要深入思考且不断努力去践行的。

(下转第5版)

