

高品质喜剧电影是春节档观影第一选择

■文/本报记者 李佳蕾 李鑫钧

随着多部影片落位春节档,2024年春节档宣传营销已悄然拉开帷幕。

截至目前,春节档共有7部新片定档,分别为《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》《熊出没·逆转时空》《我们一起摇太阳》《红毯先生》《八戒之天蓬下界》。多位业界专家对春节档影片的最终表现持乐观态度。一方面是今年春节档影片的创作者们大部分在春节档“摸爬滚打”过,实力不凡;另一方面,春节档的表现某种程度上将影响未来电影创作的方向。

业界人士尤其对春节档喜剧电影抱有很高的期望,认为高品质的喜剧片受众范围广,非常适合春节档这种超高热度的档期,在影院收获快乐也是广大春节档观众的第一观影诉求。

◎ 期待春节电影院收获满满的快乐

2024年春节档最令人惊喜的是,过去春节档中的赢家们开始同台打擂。2023年张艺谋导演的《满江红》以45.44亿元夺得年度票房冠军;2021年贾玲导演的《你好,李焕英》收获了54.13亿元,这一成绩至今仍是春节档票房冠军;2019年宁浩导演的《疯狂的外星人》和韩寒导演的《飞驰人生》一同在春节档登台,那一年它们在《流浪地球》的超预期表现下分别揽收22.11亿元、17.26亿元,成为当年春节档的亚军。

喜剧电影是广大春节档观众的第一观影诉求。2013年开创春节档的影片就是周星驰导演的喜剧奇幻电影《西游·降魔篇》,此后喜剧片《美人鱼》《西游伏妖篇》《唐人街探案2》分别获得了2016至2018年春节档票房冠军,2021年春节档两部喜剧片《唐人街探案3》《你好,李焕英》呈现双雄争霸的竞争格局,也让当年的春节档创造了78.43亿的影史最高档期票房纪录。去年春节档的票房冠军,也是2023年度票房冠军《满江红》同样是一部悬疑喜剧片,在它的助推下,2023年春节档创造中国影史春节档第二好的票房成绩。

中国电影艺术研究中心电影文化研究部主任左衡表示,“今年春节档延续过去电

影生产的思路,包括类型选择、资源调配、导演演员、对公众观影记忆的预判等。”一方面,受多重因素影响,出品方在创作时凭借以往的经验,在“投资规模、宣传发行上都采取了比较审慎的态度”;另一方面,所呈现出的喜剧类型在春节档“神仙打架”,也是因为“喜剧是最保险的选择”——喜剧一直是热门类型,2019-2023年喜剧类型电影对年度票房的贡献一直维持在30%左右。

不过,可以看到的是,这几位导演也选择不同角度去讲述喜剧故事。《第二十条》是张艺谋继2022年《狙击手》、2023年《满江红》后,第三次进军春节档,这次他挑战的是现实主义喜剧。电影《热辣滚烫》由导演贾玲翻拍自日本经典励志片《百元之恋》,故事与拳击运动息息相关。《飞驰人生2》延续前作《飞驰人生》,通过小人物的拼搏奋斗讲述对于赛车梦想的追求。《红毯先生》则聚焦“娱乐圈”,讲述了一系列令人哭笑不得的荒诞闹剧,导演宁浩曾表示,“我们的电影本身也是一种辣评,辣评一下这个圈子,大家也可以辣评我们。”

面对众多喜剧电影入局春节档,灯塔专业版数据分析师陈晋表示,“高品质的喜

剧片受众范围广,而且上座率越高,观影氛围就越好,就像剧场演出一样,观众之间的笑声也会互相感染,因此非常适合春节档这种超高热度的档期。我们期待今年春节档的观众也能够到电影院收获满满的快乐,欢笑过年。”

陈晋表示,今年春节档“熟面孔”很多,无论是导演还是演员,其实也包括很多幕后工作人员,都有非常多春节档经验,无论制片还是宣发等各环节都会有更好的保障。因此相信今年春节档上映的影片一定会让观众觉得熟悉和亲切。

浙江星光院线总经理富海芳直言,“喜剧是难拍的,想要让观众看得高兴,又不‘尴尬好笑’是一件难事。现在观众对于喜剧的要求越来越高,演员表演、语言台词等方面都是影片创作时需要稳扎稳打的地方。”

回顾以往的春节档,除了喜剧夺冠之外,我们也能看到《红海行动》《流浪地球》《长津湖之水门桥》等多种类型电影领跑大盘。今年,韩延导演的《我们一起摇太阳》延续了《滚蛋吧!肿瘤君》《送你一朵小红花》对爱和生命议题的探讨,成为“生命三部曲”终章,再次深入挖掘温暖现实主义的题材的能量。



◎ 春节档“营销战”打响 调动市场增量观众

据灯塔专业版实时宣发显示,1月10日-1月16日,《飞驰人生2》《热辣滚烫》《第二十条》等影片陆续发布后,近一周的淘票想看数位列第一的是《热辣滚烫》,新增想看超过13.7万,《热辣滚烫》定档后,总计20次登上微博热搜榜,其中3次是登顶,官方抖音号点赞量短短几天时间就突破了1000万,多渠道热度领跑春节档。《飞驰人生2》近一周想看数超过11万排在第二位,该片上周率先定档,主创参与录制的热门综艺也同步播出,值得一提的是《飞驰人生2》是目前春节档男性想看占比最高的影片,受众比较有差异化,评论中很多网友笑称沈腾和范丞丞是两代“显眼包”,相信也会给影片贡献不少“包袱”。

《第二十条》除了导演张艺谋,主演雷

佳音、马丽、赵丽颖、刘耀文都有很高的热度,赵丽颖饰演的听障人士带来了很大的惊喜,并且影片还聚集了多位在2023年电视剧领域给观众留下深刻印象的演员,例如《狂飙》中的张译、高叶、王骁和阿如那,《漫长的季节》中的范伟、陈明昊,蒋奇明等等。

陈晋表示:“我们也期待这部集结了众多不同年龄段的实力派演员会给我们带来怎么样的惊喜,另外值得一提的是目前《第二十条》25岁以下想看占比最高的,超过4成。”

要创造票房收益,关键是尊重电影与观众的关系,这样才能更大地发挥电影的综合性价值。中国电影评论学会会长饶曙光表示,2023年春节档不仅票房和口碑都较上一年度有了明显进步,而且也发挥

了长尾效应,“后春节档”成效显著,为观影从“过节”走向“过日子”做好了铺垫和范例。综合猫眼和灯塔的调查数据来看,春节档后的一个月时间里,第一周仍然拿下了30亿元票房,仅次于有情人节加持的2019年。

此外,低频观影观众从2022年的26%上升至2023年的33%,而低频观众用户又主要来自于三四线城市。饶曙光表示,这不仅反映出优质影片对低频用户的吸引力得到了明显提升,也意味着影片下沉到市场调动的是增量观众。

根据灯塔专业版的数据统计,中国电影市场大约有一半的观众一年只看一次

电影,2023年这个数值是51%,规模非常庞大,不少这样的低频观众把全年只看一次电影的机会“奉献”给了春节档。因此春节档的影片是否具备足够的包容性,或者说观影门槛没那么高,就显得非常重要。

陈晋表示:“我们从今年春节档6部影片的情简介包括预告片等物料来看,相信整体上能够平衡好这两类受众的观影体验,尤其是《热辣滚烫》,影片将笑对生活的态度融在喜剧表达之中,开心加暖心,是最适合全家人一起看的春节档观影首选。”



◎ “熊出没”系列成“最稳定选手”

和去年类似,今年春节档依旧有两部动画电影与大家见面。

其中《熊出没·逆转时空》是春节档中发挥“最稳定的选手”。截至发稿前,该片在猫眼专业版、灯塔专业版上的累计想看数据位列春节档第一名。

作为“熊出没”系列电影的十年之作,《熊出没·逆转时空》将借“光头强”的平凡人视角,探讨有关如何定义自我价值以及追寻怎样的人生目标等现实话

题。尽管是动画片,但是“熊出没”系列电影也满足了成人观众的观影需求,从覆盖的观影年龄段来看,“熊出没”系列电影是当之无愧的阖家欢。每年春节档时,各家影城都会根据自身的受众情况给予其一定的排片位置,从最初的2亿多到10亿多,“熊出没”系列走出了属于它的路,也成了春节档中“最稳定的选手”。

《八戒之天蓬下界》是以猪八戒为

猪八戒不同,这次天蓬勇敢且温暖,为了天下安危与妖王大战,心甘情愿为了万千妖民而永世为妖。从目前的想看数据来看,影片想要与《熊出没·逆转时空》“战争”恐怕难度颇大,最终其表现还是要看影片质量是否过硬、能否讨得观众的欢心。

富海芳从春节档影片目前的宣发情况分析,“《第二十条》《热辣滚烫》的话题性比较强,其余影片声量比较小,希望春

节档正式开始之前定档影片都能够制造相应的热点话题,带动市场、点燃观众观影热情。”

左衡则从创作角度出发表示:“观察这个春节档的影片,意义重大,在今年春节档这样‘大’的实验场中,观察创作生态、观众分布等情况,这将会影响到未来整体的电影创作走向、市场信心等方面,或许会是‘当代电影史的断截面’。”