

即日起
至八月底
约六十部
电影将
上映

其中不少影片将加入「排片保卫战」

盼着口碑「逆袭」 陷入市场「夹缝」

文化娱乐现象·述评

有个影评人朋友去杭州出差,想看7月11日首映的影片《少女哪吒》,该片曾入围去年釜山国际电影节和台湾金马奖,并在今年6月的上海国际电影节上获得“亚洲新人奖”竞赛单元的最佳编剧、最佳新人和最佳女配角三项提名。“但我跑了好几家影城,人家根本就不放这个片子。”朋友的愿望无奈落空。《少女哪吒》上映第一天就生存在《小时代4》和《栀子花开》的夹缝中,据悉,首映日排片率只有0.12%。院线人士表示,虽然8月份的排片尚未拿到,但可以肯定的是,一半以上的电影将与《少女哪吒》一样,难逃“院线一日游”的命运。而要想改变命运,只能靠影片本身的质量来赢取观众的口碑了。

空间小 导致零排片

从今天开始至8月底的近50天时间里,将有约60部电影相继上映,而与《少女哪吒》有着相同遭遇的电影不在少数。去年摩纳哥电影节最佳影片以及前年金鸡奖最佳戏曲片——昆曲电影《红楼梦》,原定7月8日上映,却遭遇了还没上映就“被下线”

的命运。记者近日在上海多家影城看到,该片无任何排片,在猫眼、格瓦拉等电影购票客户端,也没有该片上映的信息。

资深发行人小方表示,如要给每部电影预留足够的市场空间,那一个月上映的新片数量最好控制在10部左右。按如今每月上映三四十部新片的情况来说,一定会相互“倾轧”。对于影院来说,影厅少,影片多,一旦碰到同档期多部影片竞争的情况,就势必要放弃掉几部。博纳银兴影城的陈经理告诉记者,影院会给出座率高的影片排更多场次。如《红楼梦》《少女哪吒》和《小时代4》《栀子花开》等同档上映,出于票房考虑,影院几乎把当天的排片几乎全给了后两部影片。以致尽管前者有着不错的口碑和票房前景,但在电影扎堆的情况下,一场没排就下线了。

口碑好 排片率“逆袭”

不少院线经理认为,在七八月上映的近80部电影里,至少有一半以上会遭遇“一日游”甚至“被下线”的命运。那么,到底是什么因素在左右如今影院的排片呢?记者采访获悉,现在影院排片有两种模式,一是由院线下发指导意见,旗下影院根据各自情况,在建议的排片量范围内适当调整;另外,更多的是由影院经理直接负责排片。

大宁CGV影城赵经理告诉记者,电影首映日排片往往存在很大的盲目性,影院一般会根据网络预售和点映口碑来安排场次。首映日过后,影院就会根据当天上座率对第二天的排片作调整。赵经理坦言,面对经营压力,影院的排片诉求就是利益最大化,“上座率高的片子,肯定给的场次多些;售票情况差的片子安排场次就少些。”要想在排片上“逆袭”,只有靠影片的质量带来的好口碑。有时,一些名不见经传的中小成本影片,观众的口碑相传也会引发观影热潮,如此前的《疯狂的石头》《失恋33天》。这两部影片首映日的排片率都很低,其后几天则一路上扬。相对而言,《小时代》系列,《一步之遥》虽在首日获得超过半数的排片率,却因口碑的下跌而逐日降低。

互联网 开辟新战场

有观众质疑,难道影院的排片率只能根据映后的口碑来做调整吗?作为一种快速消费品,大多数影片往往口碑还没来得及起来,放映热度就已过了。对此,蜘蛛网宣传负责人张小姐表示,随着互联网在线售票的逐渐普及,网络预售成绩已成为“倒逼影院为其排片”的利器,“提前15天排片预售,这是互联网在线售票的优势所在。如预售成绩好,那排片率自然就高。”张小姐说。

世纪大上海影城的张经理告诉记者,与以往到影院后根据广告选择电影的“盲目”观众相比,通过网络购票的观众,观影目的都是很强的,“这个比例如今在40%左右,未来一定会成为主流。”《少女哪吒》的导演李霄峰就在微博上透露,该片通过提前点映,获得了观众的认可。喜爱该片的观众在北京、上海、广州、重庆等十几个城市包下了50多场电影,“倒逼”影院把场次排出来,同时公开销售几场中剩余的电影票,“我们称之为‘众筹反推排片法’,打响了‘排片保卫战’的第一枪。” 本报记者 张艺

“高情”不入时人眼?

“高情不入时人眼,拍手凭他笑路旁”——《红楼梦》里探春的诗句贴切地勾勒出了优秀国产文艺电影的现状,是玩笑,也是无奈。

这不由得让人想起了不久前的《闯入者》和《念念》,同样是口碑不错的文艺片,同样遭遇“被下线”的命运,逼得导演王小帅和张艾嘉发声抗议排片太少。在逐利至上的市场体系中,国产文艺片显然遭遇了惨败。但诚如俄罗斯导演萨金塞夫说的那样,一部文艺片的好坏,本来就不是通过市场来证明的。对于如今的观众来说,现实的喧嚣和压力,逼着他们以逃避的心态走入影院,明星的漂亮脸蛋和特效的宏大逼真,是他们得以

暂时脱离现实的“吗啡”。而文艺片本身就是现实生活的衍生品,对生活的思索与研判,试图重塑心灵的初衷,决定了其难以成为快餐式消费,自然也无法受到大多数人的青睐。这样的情形,其实不只在我们的身边出现,在欧美等成熟的电影市场,表现得同样明显。再讨论下去,又要老生常谈地呼吁中国文艺电影院线快快建立了。对于电影市场来说,海纳百川、百花齐放,不同题材、样式、风格和语言体系的电影同生共长,才能为观众提供最丰富的营养。更为重要的是,中国电影人要摆正心态,在时代变迁、观众更迭的大背景下,为自己的价值观找到更为有效的呈现方法。 张艺

《四世同堂》《宝岛一村》连演200场

史诗话剧一票难求

田沁鑫导演的明星版话剧《四世同堂》,昨晚在大剧院上演第200场,观众爆满,热情爆棚。赖声川导演的史诗话剧《宝岛一村》,上周也在上海迎来第200场演出。两岸制作的这两台话剧颇有共通之处:在内容上,都以大时代背景下颠沛流离的一群小人物的命运展现波澜壮阔的历史;在票房上,这两台演出也都刚刚回本——虽然这两个制作方从来都不以盈利为唯一目的。

聚拢明星:真好看也真难

这两部史诗级话剧,确实是近年来既赢得业内称赞,又受观众喜爱的大戏,均已做到无须宣传,一开票就在演出前3个月卖空。这不仅是因为明星众多、舞美精良,也因为有五六年好口碑的积累。口碑好由两大元素构成:扎实的编导和优秀的明星。

能出演话剧的都是实力派明星。昨晚的《四世同堂》汇聚了段奕宏、宋媛媛、陶虹、辛柏青、青春玲、侯岩松、陈明昊等明星。该剧首演时,更请来孙红雷以说书人的角色贯穿……而《宝岛一村》在更为商业化的台湾演艺圈里,集结了屈中恒、冯翎翎、宋少卿、郎祖筠、黄仲昆、万芳等多栖明星。话剧的演技要求远高于影视剧,耗资时间是影视剧的十倍、而其报酬可能只是影视剧的十分之一甚至百分之一。

因此,能请来一两位明星演话剧已是难能可贵,更谈何一台明星!可是,没有实力派的明星,无论在品质上还是市场上,都撑不起史诗话剧,不如不排。

制作演出:很费劲也费钱

赖声川认为,当下很多人看到他的剧目票房好,就说他的剧目是“商业戏剧”。对此他并不认同。田沁鑫也从未考虑过去排演“商业戏剧”,可是她的剧目也都一票难求。外界也误以为“票房那么好的戏,一定赚翻了吧!”

赖声川的制作人王可然说了个“笑话”,8小时的《如梦之梦》在深圳演出了4晚,“通过精算,我发现挣了3万元。仔细分析,是因为在北京和上海的口碑很好,引发了长江商学院的学员包车赴深圳看戏。”这些商学院的学员原本打算与他谈商业合作,结果一听只“盈利3万元”,就打消了念头……

因为史诗话剧不仅明星云集,而且对舞美要求也高。赖声川导演的《如梦之梦》每到一处,就要再造一个剧场环境,仅装台就需1周。田沁鑫导演的《青蛇》,为了营造水漫金山等场景,需要在舞台上再造一个水循环系统。这两台史诗级话剧的成本都以千万计,演了三五年,都还没有收回成本。

如何回本:不去想只管演

有思想有追求有舞美有明星的史诗级话剧,在开排之初,戏剧人就几乎没有“多少时候收回成本”的打算。因为这样的生产关系、生产资料是不太符合“市场规律”的。为了让更多观众看到这类话剧内在的思想追求,明星和舞美是必要的配置,而低价更是必要的配置。

《四世同堂》是由国话出品,此次最高票价不超过480元,还新增了很多80元公益票。国话院长周予予表示,第200场演出特地选在2015年的上海,恰逢纪念世界反法西斯战争胜利七十周年,而演出时间又紧挨着七七事变纪念日:“国话应该有一定的历史文化担当,也就促成了此次上海之行。”而赖声川的制作人、北京央华时代文化总经理王可然也坦言,《宝岛一村》演到第200场,第6年,才开始回本,这也是基于每一位演员都约定俗成地把档期留给“宝岛”,至于2016年春节在上海演的第二轮《如梦之梦》呢?“不去想,只管演。演得多,才能让更多人知道话剧的好。”

在影视界屡屡“突破”艺术规律界限的当下,史诗话剧还在坚守着。首席记者 朱光



明星版话剧《四世同堂》演出照

中以学生共绘“父辈记忆”主题展启动

本报讯(首席记者 朱光)第11届中国国际动漫游戏博览会今天落幕,通过动漫等多媒体手段呈现中国和以色列两国学生对当年“犹太人在上海”之感触的特别单元“父辈留给我们的记忆”主题展今天启动。这一展览将艺术化地体现“纪念世界反法西斯战争胜利70周年”对两国青少年心灵的触动。从上世纪30年代起,上海陆续接纳了来自欧洲的2万多名犹太人,但中国学生对这段“父辈留给我们的记忆”并没有全面而完整的认识,而很多犹太人的后代对此却如数家

珍。为了让当年轻人真正认识到“反法西斯”的真正意义,感受人间温暖、城市精神,中国国际动漫游戏博览会组委会、炫动汇展等策划、组织了此次视觉艺术展。

上大美院、上大美院、上海工艺美院等5所高校,在深入了解“犹太人在上海”这段历史之后,以油画、版画、雕塑等形式创作了300多件作品。这一主题展与众不同之处在于,每一幅作品都将经过数字化处理,进行动态显示。该主题展首站将于8月15日在长宁图书馆揭幕。

任天堂总裁岩田聪病逝

本报讯 全球最大电子游戏机制造商任天堂公司总裁岩田聪11日因胆管癌去世,年仅55岁。

据了解,任天堂株式会社于1889年9月

23日成立,是电子游戏业三巨头之一。曾推出超级马里奥和俄罗斯方块等风靡全球的游戏。岩田聪毕业于东京工业大学,2002年5月就任任天堂公司第四任总裁,他曾经提倡的“开发简单好玩游戏”的理念为任天堂带来了丰厚的回报。(闻逸)