

## 并非尽善尽美 依然值得点赞

——《捉妖记》主创团队谈台前幕后

## 文化娱乐现象·述评

“怎么说呢,拍这部电影的过程很艰难,能够拍好很不容易,所以从来没想到票房要超过谁。”虽然上映不足两周就以势如破竹之姿成为华语电影票房冠军,昨天又接连超过《阿凡达》和《侏罗纪世界》,跃升至内地影史第四,但《捉妖记》制片人江志强却并没有表现出特别的惊喜。可能,成功并非偶然,所以并不值得惊叹;又可能,一路付出了太多,还来不及兴奋。

## 原创故事有诚意

近两年来,根据网络热门青春爱情小说改编的电影在票房上大获成功,掀起电影界的IP抢购(IP即Intellectual property,指著作权、版权)。IP可以是一首歌、一部网络小说、一部广播剧、一台话剧或某个经典人物形象,哪怕只是一个名字、一个短语,把它们改编成电影的影视版权,就可以称作IP)和改编热潮。而与改编IP相比,原创则需要花费更多时间,承担更大风险。《捉妖记》导演许诚毅坦言:“我们不是成年人的喜剧,也不是大家很熟的IP,所以开头很难预测票房。”其实最初连合作者都很难找到,因为最初并没有人看好这个项目。

《捉妖记》的打磨经历了一个漫长的过程,从《聊斋之捉妖记》蜕变为《山海经之捉妖记》,最终又完全绕开这些经典,打造了一个完全属于自己的品牌,并且拥有了自家的形象代言人“胡巴”。这个过程用了7年,耗资高达3.5亿元。与《捉妖记》相似,同档期的另外两部作品《大圣归来》和《煎饼侠》也在走这条原创IP的路。《大圣归来》用了4年,《煎饼侠》则有若干年网剧的探索。所幸,充满诚意的原创故事,赢得了观众和市场。

## 特效水准国际级

《捉妖记》最让人印象深刻的无疑是小妖王胡巴。它的造型如同一根萝卜,一改通常妖魔给人的恐惧感,它如初生婴儿一般粉嫩可爱,又如三四岁幼童一般顽皮淘气,还能像八九岁的小孩一样揣测大人心理,而且自带表情包,天生有演技。上得了房顶,下得了油锅,干得了坏事,还能装无辜。既会搞笑,还能催泪,片中最感人的



《捉妖记》剧照

几场戏,基本上都是由胡巴贡献的。

胡巴的设计很成功,影片的特效也相当出彩。导演许诚毅把他26年的好莱坞动画制作经验带回了中国,几场人妖之间的打斗戏基本上看不出破绽,习惯了国产电影粗陋特效的中国观众,终于在影院里看到了接近好莱坞水准的本土精良制作。这背后是1100多个特效镜头,其中BaseFX承担的那812个特效镜头历时一年半,每个镜头需要走15个流程,前后共有400多人参与这个项目。江志强对这些数字如数家珍。

## “冠军”并非无瑕疵

全明星的豪华阵容,高水准的制作技术,行之有效的宣传营销,《捉妖记》作为一部参照好莱坞模式严格打造出来的大片,很快将跻身中国电影票房前三,但也许它还不能算是一部完美的作品。首先,《捉妖记》导演许诚毅曾凭借《怪物史莱克》拿下了奥斯卡最佳动画长片奖,但他本质上是一个非常出色的动画设计人员,

第一次担任真人剧情片导演的他,对于影片的整体掌控,与真正的一流大导演相比肯定还有差距;其次,捉妖的剧情实在过于简单,缺乏悬念,尤其对于成年观众来说略显苍白,比不上很多合家欢类型的好莱坞动画片;最后,捉妖记的爱情故事也远没有《西游降魔篇》感人,男女主角的感情发展得太顺利,波澜不惊,几乎没遇到什么考验,让人看得很不过瘾。要改进的地方不少,难怪江志强想马上拍续集,“希望大家给出自己的想法。” 本报记者 孙佳音

## 【相关链接】

## 今年暑期档影片票房统计

(截至7月28日零点)

《捉妖记》14.37亿元

《煎饼侠》8.94亿元

《西游记之大圣归来》6.88亿元

《小时代4:灵魂尽头》4.86亿元

## 马上评

## 向诚意致敬

□ 孙佳音

两年零七个月,944天之后,华语电影迎来了新的票房冠军。有观点却认为,中国电影如今在票房上获得的成功,不能说是电影艺术上的绝对成功,只能视为在适逢其时的市场环境下,电影营销提升的一个标志。

对此,我赞同。但我仍想为《捉妖记》的成功鼓掌,因为它是一部有诚意的作品,正如导演所说,这“不是成年人的喜剧,也不是大家很熟的IP”。

导演说得很委婉,其实这几年,国产电影更惯常的姿态是以几十万元的中小规模投资去博取一个好票房,哪怕随之而来的是吐槽和谩骂,但青春、爱情和喜剧,甚至只是用一个歌名,都足够轻松赚大钱。不过,一派欢呼雀跃时,“吃相”却有点难看。

而江志强和他的《捉妖记》不是,他们用7年时间,扎扎实实地从原创里自然而然发展出一个自己的IP来。这其中的艰难有些已被反复提及,如因主演柯震东涉毒,换角后补拍,足足花了七千万元,特效并没有因为补拍省掉。而更多的努力也许并不为人所知,如该片2010年就完成了人妖互动的测试;如每个角色最后的定稿都经历了不断返工;又如,当需要一个动画人物做相应表演时,导演许诚毅便亲自上阵充当这个“妖怪”,把妖怪的动作做给动画师看,让动画师把这个过程拍成视频,作为制作参考。

凡此种种,比起那些所谓“以小博大”的青春爱情片,实在让人觉得有点吃力不讨好。尤其,此前妖魔题材并不总是得到市场的肯定。所以,尽管《捉妖记》仍有很多瑕疵,但在浮躁的市场里,我仍想再一次向它的诚意致敬。

## 整套「八·一三」抗战图片重见天日



■ 抗击日寇的女枪手(第八组)

本报讯(记者 俞亮鑫)纪念抗战胜利70周年之际,本市惊现一套78年前的旧画片,这套画片题为《“八·一三”上海战事画片》,分为14组,每组6张,共84张。昨天,收藏家张荐茗向记者出示了这些尘封已久、有些泛黄的珍贵画片。上海市历史博物馆研究员薛理勇、上海近代史专家吴基民等说,“八·一三”淞沪抗战珍贵历史画片以整套形式出现,以前还没有过,因而具有很高的史料价值。

这套画片由上海精益印局发行,每组均有黄色纸套。张先生收藏的画片从第1组至第14组共84张,无一缺少。但不清楚的是,这套历史画片当时总共发行了多少组。专家表示,这套画片中的不少照片以前从未见到过,也从未见这些照片被收入到摄影集、画册等出版物中。

## 观众年龄“变小”传统“神剧”隐退

## 暑期特供剧今年“大换血”

“CCTV不播《西游记》、湖南卫视不播《还珠格格》、四川卫视不播《新白娘子传奇》、山东卫视不播《武林外传》——今年的暑假似乎有种莫名的伤感。”暑期过半,网友如此哀叹。记者发现,今年传统“暑期特供剧”的编排明显减少,接档的是《爱情公寓》,随后紧跟的则是《武媚娘传奇》《何以笙箫默》以及《古剑奇谭》。

## 曾经很火

“不管从收视还是从广告效益来看,这几部剧都是暑期最好的选择,播久了也成了观众的收视习惯。”对于“神剧”的经久不衰,电视台编播人员很是坦然。“一部《西游记》重播了3000多次,是世界上重

播率和收视率最高的电视剧。”据不完全统计,《还珠格格》的重播率较《西游记》并不差,湖南卫视曾一年重播《还珠格格》13次。2013年暑假期间,四川卫视暑期重播《新白娘子传奇》三次,打通整个暑期档。之前一年,平素排名并不靠前的四川卫视还赫然位列白天卫视收视排名第三,因为他们当时在播83版《射雕英雄传》。

## 观众已变

但今年暑假,各大电视台显然在电视剧重播方面有了一些改变。“90后”的《新白娘子传奇》,“00后”的《情深缘浅》《亮剑》《武林外传》等,这些当年屡屡重播的电视剧最近并没有出现。反而是

“10后”的《爱情公寓》《武媚娘传奇》《何以笙箫默》等电视剧受到热捧。《爱情公寓》每天至少两家卫视轮播,东方卫视、陕西卫视、广西卫视都在重播《何以笙箫默》,其中陕西卫视已是第三轮播出。湖北卫视则买下去年夏天最火热的《古剑奇谭》,耗巨资将这部仙侠巨制特效重又回炉并全新加入故事线,准备在28日晚以黄金档二轮播出该剧。“由于观众年龄层偏小,95后观众成为荧屏主力,包括《还珠格格》在内的‘神剧’对于他们的吸引力已经小了,现在暑期档更多播出的是当年轻人比较熟知的电视剧,很多电视台是参考网络点击数字在买剧和编排。”《古剑奇谭》出品方如是说。 本报记者 孙佳音