

新民晚报 | 文娱新闻

继《杨门女将之军令如山》惨遭票房滑铁卢之后,本月上映的另一部“杨门片”《忠烈杨家将》,近2亿元的大投资,上映十多天,却仅有6000万元左右的票房。即便网罗了周渝民、郑伊健、林峰、付辛博、吴尊、李晨等众多闪亮的型男帅哥,该片依旧没能让观众留恋,反而激起网友们纷纷吐槽。是偶像没有票房了,还是古装动作片走到了尽头?

古装不是“一招鲜” 偶像不能“吃遍天”

《忠烈杨家将》票房惨淡是投机的恶果



《忠烈杨家将》剧照 TP

导演江海洋认为,观众是最好的消费者,也是最好的检验者。电影票房反映的是观众的需求。在娱乐时代,观众的吸引力也会不断改变。以为古装戏赚钱,就不停地拍,其实是商人的心理,不是观众的心理。古装题材票房惨淡,就是商业投机的恶果。现在观众看的东西多了,眼界也开了,不拿出点真东西,糊弄不了观众。

明星不是万能药

用明星来夺人眼球,吸引观众的做法早已在影视圈为人诟病。导演冯小刚就曾放言:“中国的明星没有绝对号召力。中国的任何一位明星来和我比,就票房号召力来说,都不会超过我。”他说,“比如说周杰伦,大家会认为他很有票房号召力的,他演的《头文字D》卖了7000多万元,这是由刘伟强导演的。他和张艺谋导演拍的《满城尽带黄金甲》卖了2.8亿元。周杰伦自己拍了一个片子,只有3000万元的票房。所以你看,实际上还是刘伟强、张艺谋更具有号召力。”《忠烈杨家将》的超豪华阵容和惨淡票房不幸又一次印证了这一观点。

导演江海洋说道:“片方以为有大明星,观众一定会看,票房一定会有保障。但观众的想法不一

样。虽然说明星是吸引票房的手段,但观众对于明星有自己的心理期待,要看角色是否适合。”影评人石川也认可这一观点,补充说:“明星捧戏的现象是存在的,但更多的情况是戏捧明星,如果连这点都不知道,那就太外行了。戏好,演员才有发挥的空间,演员在戏里还是演角色,不是演他自己。很大程度上,观众喜爱明星是因为明星有其自身魅力,如果粉丝看到自己喜爱的明星在电影里很傻,那么明星的魅力也就大打折扣了。”

别低估观众智商

对于《忠烈杨家将》的剧情简陋,很多网友吐槽说,这是七个葫芦娃争先恐后赴死的故事,最后七个死了六个,剩下一个抱着爹爹的尸体“回来”了。网友还在微博上将

葫芦娃的宣传报与《忠烈杨家将》的宣传报作对比,果然颇为相似。也有网友吐槽该片是“四不像”:“战争片?不是,战争场面全是大光圈逆光加小清新,就更别提战术了;打打杀杀只为‘让七个娃牺牲得悲而不壮’服务。偶像片?更不是,一群帅哥抹满脸泥巴血水,脏乎乎脸都看不清。演员铠甲裹得像粽子,更别提秀肌肉的福利。”网友“好意思不好意思”说:“情节跟评书与京剧不一样,这是允许的,但有个原则,只能改得好,不能搞得差,否则还不如老老实实照已经在观众心中定型的传统情节拍,现成一句话等着——画虎不成反类犬,不如当初就画犬。”

老戏新拍要创新

石川说:“如果拿到一个老戏

事让我拍,我没有新的点子能打动观众,我是不会拍的。杨家将的故事早已搬上评书、写成小说,观众已经听得厌烦了,如果要重新搬上电影银幕,就必须找到创新的东西,挖掘前人没有发现的切入点或者视角。”江海洋也承认:“杨家将的故事看似热门,实则冷门。拍老故事第一是为了让观众有历史的认知,或者第二是对当下社会能进行反思,不管怎么说,总得有点营养。没有营养的文化产品就是假药,吃也医不好病,吃也吃不死人。摆明了就是骗钱的,就像胶囊里装点面粉,被你骗过一次的人会上第二次当吗?肯定就会条件反射,对这种题材反感。对于市场而言,这种氛围不利于同类题材影片的创作。”

本报记者 罗震光 实习生 张瀚文

「老李」一圆中国功夫片梦

由好莱坞著名影星基努·里维斯自导自演,陈虎、莫文蔚、任达华等参演的动作电影《太极侠》前天在京举行预告片全球首发媒体见面会,基努·里维斯与动作指导袁和平,主演陈虎、叶青出席。据悉,该片已于去年杀青,即将于暑期上映。

十五年前,基努·里维斯因主演风靡全球的电影《黑客帝国》结识了武术指导袁和平和功夫老师陈虎,并对中国武术产生了浓厚兴趣。十五年后,动作“金三角”在《太极侠》中再度携手,袁和平依旧严把动作关,但基努·里维斯除主演外还身兼导演一职,陈虎则从幕后走到了幕前,变成了影片的男主角——“太极之子”。

《太极侠》全片在中国拍摄完成,这让有着浓厚中国情结的基努·里维斯感到相当荣幸:“我本身有八分之一的中国血统,这次拍《太极侠》也圆了我多年的中国功夫电影梦。”他还爆料大家在片场都亲切地称他为“老李”。而当天这位“老李”不仅在现场大秀中文“开始”、“停”、“没问题”……还有模有样摆出太极的姿势,引起现场阵阵掌声。除此之外,“老李”还自曝喜欢吃辣的东西,“最喜欢的是川菜,偶尔吃一吃饺子也不错。我还很喜欢喝白酒。”

曝光的预告片节奏张弛有度,不同风格的武打场面一应俱全。基努·里维斯透露:“电影体现了陈虎先生的生活,一方面他是个有传统心灵的人,另一方面则是非常时尚的现代人。”叶青则爆料基努·里维斯在影片中演了一个恶魔,“陈虎就在天使与恶魔之间徘徊。”

驻京见习记者 陶禹舟
(本报北京今日电)

全国青少年书画篆刻大赛开始征稿

本报讯“爱满天下”杯第十三届全国青少年书画篆刻大赛近期在沪启动。本届大赛主题为“爱满天下——爱就在我们身边,爱是人类共同的语言”。各画种、书法、手工制品等均可参赛,参赛作品可以从不同视角用笔写、画出身边的感动、爱的奉献。本届大赛于5月10日、10月20日分别截稿。来稿请寄:江宁路1415弄25号1817室(邮编:200060)咨询电话:52521348。(闻逸)

全球华语广播创新大赛在沪落幕

本报讯(记者俞亮鑫)第十届“东方畅想”全球华语广播创新节目大赛近日在沪举行颁奖典礼,上海广播电视台 LOVERADIO《今夜最后一班地铁》、安徽广播电视台《属于未来的广播》获金奖。“东方畅想”由上海市广电协会、上海广播电视台主办。

新角度诠释丈母娘女婿关系

《那金花和她的女婿》湖南卫视热播

由上海新文化传媒集团股份有限公司、上海欢天喜地影视传播有限公司联合出品的电视剧《那金花和她的女婿》于4月16日起登陆湖南卫视黄金档首播,该剧由何赛飞、胡亚捷、何琳、任东霖、马德钟、马晓灿等主演,以

轻松搞笑的剧情、幽默风趣的台词深受观众喜爱,首播收视强劲,以平均2.71%的收视率一举拿下全国冠军,单集收视份额表现更是突破10个百分点。

《那金花和她的女婿》是一部家庭伦理轻喜剧,主演何赛飞坦言

艺术来源于生活但高于生活,那金花绝对不是上海丈母娘的妖魔化,而是集合了很多的典型在一个人身上表演出来,时不时加入方言台词,用一种新的方式全新诠释了岳母和女婿的关系。

本报记者 孙佳音

锦湖轮胎

锦湖轮胎中国销售突破1亿条

锦湖轮胎

锦湖邀您畅游荷兰, 乐行韩国, 尽享惊喜好礼

为庆祝锦湖轮胎中国销售突破1亿条, 并贺锦湖轮胎成为国际赛事AUTO GP, 中国房车锦标赛CTCC指定供应商, **4月1日至5月31日**, 注册为锦湖会员或购买锦湖轮胎, 即可参与惊喜活动, 有机会远赴荷兰观光及体验F3/AUTO GP激情赛事。

惊喜1

登陆锦湖官网注册成为会员后, 即有机会赢取以上大奖。

惊喜2

凡购买Premium系列(KL19C、KL20、KL61、KL33)任意2条及以上轮胎, 即享贴心好礼。

惊喜3

凡购买Premium系列以外的全系列15寸及以上轮胎(2条及以上), 即享贴心好礼。

www.kumhotire.com.cn

400-0999016