

既然差评一边倒 何以票房一路高

——从影片《恶棍天使》“叫座不叫好”说起

文化娱乐现象 述评

如今，一部电影票房过亿已不再是什么新鲜事。就拿今年贺岁档来说，圣诞档上映的《寻龙诀》因为超高度评价还在不断“吸粉”；《老炮儿》《唐人街探案》则后来居上，叫好不叫座地刷新票房。但是相比于其他影片以口碑助推票房的现象，《恶棍天使》(见图)在其中显得格格不入，因为它上映至今，尽管票房一路飙升至 6 亿元，口碑却是一边倒的差评如潮。

其实，这种票房与口碑背离的现象并非第一次出现。从《富春山居图》影片开始，《不二神探》《爸爸去哪儿》《小时代》《西游记之大闹天宫》，都是“差评多，票房高”。这种“叫座不叫好”的怪现象，究竟什么时候能终止？

怪事情频频

邓超的第一部影片《分手大师》，在豆瓣、时光网上的评价不超过 6 分，但票房居然达到了 7 亿元，这也是促使《恶棍天使》诞生最有力的依托。作为他与俞白眉第二次合作的影片，邓超似乎觉得恶搞有市场，于是拉着妻子孙俪一同加入。据孙俪在接受采访时称，当时邓超求合作的第一个理由就是“7 亿啊 7 亿”。

和《分手大师》的命运殊途同归，《恶棍天使》上映后也是备受诟病差评，在豆瓣电影的 685 篇影评里，有 265 位网友给出了 1 分的超低分评价，有人甚至用“年度最差”、



“装疯卖傻”的闹剧”来表达观影感受。令人惊讶的是，尽管差评如潮，观众却趋之若鹜，这不由让人想到了之前利用“差评来营销”的《富春山居图》。作为至今依然荣登“中国烂片排行榜”前三、主演刘德华甚至因此向观众道歉的奇葩影片，在 3 年前就收获了近 3 亿元票房。有专家认为，这样的现象是一种“社会病态心理”的表现，“在电影已经成为大众主流娱乐的同时，大部分观众看的是热闹，而不是电影本身。”

观众需引导

可以这么说，导致“烂片高票房”的最大原因在于观众。这其中包括冲着明星去的“铁杆粉丝”，这些群体一般都是“外貌协会”的，只需要看到明星就觉得值回票价，至于

电影质量、拍摄手法、艺术内涵对于他们来说，是可有可无的陪衬。拿《恶棍天使》来说，邓超已经凭借着“跑男”大火，“甄嬛”孙俪最近又有《芈月传》成为热门话题人物，再加上圣诞、元旦的节日观影气氛，烂口碑高票房的现象也就不足为奇了。

75 岁的表演老艺术家吕中认为，要根本改变“烂片高票房”怪现象，就要从观众入手。如今的观影主流都是一些小城市的年轻人，以学生、年轻人为主，他们缺乏生活经验，容易盲从、跟风，看到影片的明星阵容或是给力的宣传，就愿意买票掏钱。甚至在某种程度上，他们还有一种逆反心理——“你们都说烂片，我就偏要看看这部片子究竟有多烂”。吕中说：“观众需要引导。我们有很多文艺片，它的意义很深，

却没人看，因为我们不去好好引导。观众是需要引领的，而不是一味去迎合。”

感情是基础

在中国传媒大学教授赵宁宇看来，电影能够打动人的不应该是明星、场面、特效，更不该是恶搞，而是它传递的人与人之间的感情，比如对日常生活的描摹、对人情冷暖的勾画。纵观今年叫好不叫座的国产电影，其一大进步在于，每一个创作者都是选取自己的生活，消化自己看到的生活。例如《老炮儿》勾勒了昔日英雄在现实生活中的挣扎与不屈；《我是路人甲》让人看到了在艰辛中向着理想不停不息的生命洪流；《捉妖记》的喜剧元素笑料背后让人感受到的是现实的温度；《烈日灼心》在商业的惊悚和情欲外壳下，蕴含着人性深意。

赵宁说：“如今，相当多的创作者们新的电影语言、电影形式和更加接近于普通观众、普通人的生活之间找到了很好的一种嫁接。”不少观众表示，相比《恶棍天使》《小时代》这种有意识地突出某种风格、形式大于内容的电影来说，笑中带泪的故事才更好看。对此，导演张一白表示认同，“一部电影，如果从一开始创作的时候就对准了百姓，只要选取了对的表达手法，那它的票房一定不差。”事实证明，这种类型的国产片已经越来越多地开始被大众所认同。

本报记者 张艺 实习生 赵冰操

记者手记

在不少业内人士眼中，中国电影的繁荣只是表象，内部依然隐患重重。就《恶棍天使》而言，尽管总体票房仍在上升，但票房增长率已呈现出衰退的趋势，周四上映收 1.5 亿元，周五收 1.4 亿元，周六周日分别收约 1.23 亿元、8370 万元，连单日票房的冠军宝座也让座于《寻龙诀》。

经济学家王福重认为，低口碑的影片创造票房奇迹，成了中国电影市场的“定时炸弹”，“对于现在的很多人来说，看电影已经不再是欣赏艺术和表演，而是花钱买谈资。”他认为，长此以往，会成为“快消式”影片的温床，助长那些以逐利为目标的资本投入，不利于中国电影长远发展。艺术教育提高观众审美，艺术电影成为观众精神支撑，大家都期望这一天的到来。冯小刚说，我们承认市场需要各种商业片，但电影人要敢于拍摄区别于市场的类型片，但其前提是要敢于打破市场保守循旧的现状，用真正踏实落地的电影作品换取观众的支持。

张艺 赵冰操

小心『定时炸弹』

江苏卫视《非诚勿扰》被判侵权 停播还是改名 的确是个问题

一开年，江苏卫视算是跌了个大跟头：在历时三年的一审、上诉和再审之后，深圳市中级人民法院于去年 12 月中裁定，江苏卫视使用《非诚勿扰》栏目名属商标侵权，判决生效后立刻停止使用。也就是说，本周末播出的《非诚勿扰》就有可能遭遇停播或改名。

官司打了有三年

“非诚勿扰”怎么就惹了大麻烦？原来，早在 2009 年电影《非诚勿扰》上映后，温州人金阿欢就敏锐地嗅到了名称背后的价值，并向国家商标局提出申请“非诚勿扰”繁体字的文字商标。并于次年 9 月取得商标注册证，也是在同一年，江苏卫视生活服务类节目《非诚勿扰》开播，并逐渐走红。

2013 年，金阿欢将江苏省广播电视总台告上了法庭，称对方侵犯了他的商标。深圳南山区人民法院一审判决认为，《非诚勿扰》没有构成侵占权，据此，法院驳回了金阿欢的起诉。金阿欢不服，提出上诉。2015 年 12 月 11 日，深圳市中级人民法院二审判决，江苏省广播电视总台立即停止侵权，其所属江苏卫视频道于判决生效后立即停止使用《非诚勿扰》栏目名称。

江苏卫视有点烦

记者获悉，深圳中级人民法院的终审判决在元旦前已经判决生



效，无论江苏广播电视台是否向高级法院提起再审或撤销商标申请，短期内节目的播出势必受到影响。

公开数据显示 2015 年《非诚勿扰》的冠名赞助就高达五亿元人民币。改名，对节目和电视台来说困扰重重。但不改名，节目有可能因为恶意侵权而被彻底叫停。

专家律师各说法

除了观众和网友，法律界人士中也不乏声援江苏卫视的言论，比如中国企业知识产权研究院理事林华就认为，认定商标类别应当考虑该电视节目的内容和目的等，“深圳

中院就不应该认定《非诚勿扰》节目属于婚介服务，而应该明确地承认《非诚勿扰》的目的不是婚介，而是通过婚介形式制作节目。”

不过，长年从事文化娱乐领域法律事务的上海华诚律师事务所合伙人朱晶晶却不这么认为，“从时间顺序上，金阿欢注册商标在前，《非诚勿扰》节目制作在后。如果你现在去注册‘爸爸去哪儿’商标，就不可能成功。那些一出事，就指望靠道德谴责解决问题的人，其实并没有理解法律的逻辑——法律从来保护权利之上的沉睡者。” 本报记者 孙佳音

李丽华获香港电影金像奖终身成就奖

本报讯 第三十五届香港电影金像奖颁奖典礼定于 2016 年 4 月 3 日于香港文化中心举行，本届金像奖共有六十部参选电影，两岸华语参选电影则有二十七部。此外大会亦率先公布本届“终身成就奖”得主，为有影坛长青树美誉的李丽华女士。

电影表演艺术家李丽华女士于

1924 年出生于上海，父母是著名的京剧演员，父亲是威震南北的著名小生李桂芳，母亲则是专攻老旦的张少泉。李丽华自 1940 年主演《三笑》出道，到 1978 年出演《新红楼梦》中的贾母息影，从影近四十年，演出近一百三十部影片，被称为“影坛长青树”。

谭利华 为人们打开一扇心灵之窗



他是国内外享誉盛名的指挥家，艺术足迹遍及全世界几十个国家，曾指挥俄罗斯国家交响乐团、伦敦爱乐乐团等国外一流乐团；从 1994 年开始，他致力于交响乐普及工作，孜孜以求、坚持不懈……本期《深入生活 扎根人民——文艺名家讲故事》栏目对话当代著名指挥家谭利华。

他说，我 16 岁时就在军队文工团当乐团指挥，1977 年国家恢复高考，我考上了中国最早开设西方音乐专业的上海音乐学院，非常幸运的是，在大学最后一年，我师从李德伦先生。

从业 40 多年来，我的想法始终未变。我希望让每个人都有机会听到这些能够产生正能量、催人向上的音乐。2015 全年，我们大概做了 40 场进校园活动。为普及交响乐我们想了很多办法。我们与中小学合

作，成立了管弦乐队、交响乐队，像北京中关村实验二小等小学都有自己的乐队。同时，通过组织孩子们演出，他们的同学、家长自然就会走进音乐厅来听听音乐会、看看演出，这样也是一种推动、一种普及。

近年来，我们谈得最多的话题就是中国文化走出去。但是往哪走？怎么走？带什么走？这是需要我们深思的。我们的文化走出去，不应该是一味迎合国外观众的大众审美，而是应该吸引国外的主流观众来看你的演出，听你的音乐。

从 2001 年到现在，我们七次出访欧洲，中国文化走出去一定是一种非常认真的态度，要带当代中国最优秀的作品出去，无论是音乐、戏剧或者舞蹈，要真正能够代表当今中国的最高水准，这样才能赢得国际社会的欢迎和尊敬。(全文请见新民网，扫二维码可直接进入页面)

