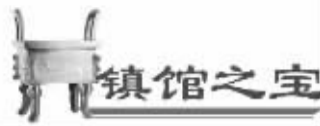


- 今年贺岁档青春逆袭,名导失利,黑马依然跃起
- 内容始终是影片的成功因素



# 电影贺岁档 几多可贺处?

□ 殷丽

2014-2015年贺岁档,由于今年春节较晚,贺岁档周期从去年11月末到今年2月底3个多月时间,整整95天时长成为史上最长贺岁档。这也造就了目前最强贺岁档,将有不下70部影片登陆影院。这些影片几乎涵盖各类型题材,摆脱只有喜剧片的单一贺岁模式。

作为中国电影产业中最著名的商业品牌,贺岁档无一例外都是电影扎堆、明星成群、投资必争的重要战场。今年贺岁档在国外大片滚滚而来的尘嚣中,国产电影依然维持了重量级的话题:青春刺痛、时代风云、红戏新编、名导诱惑、二次元世界……贺岁档的白热化竞争,拉开了2015年中国电影又一个重要时间点的序幕。

## 题材? 不限

与往年喜剧片唱主角的贺岁档相比,今年的贺岁档狼烟四起,包罗多种题材,战争、谍战悬疑、青春纪事……贺岁档真的与往年不一样了。

“天王盖地虎,宝塔镇河妖”这样的戏词是否一直萦绕在你的记忆中,儿时的记忆深切有质感,浓烈高亢的戏词仿佛可以让你在那四方四正的收音机中看到舞台精彩的演绎,当20年后的今天他变身初现大银幕,浓烈的记忆始终可见,加之徐克导演的鬼斧神工,“红戏新编”一点都不夸张。

在前期没有看到任何宣传大动作的《智取威虎山》,选择在多片云集的贺岁档上映,无疑让人为其捏了一把汗,毕竟年轻人是当今电影市场的主要购买方。前有姜文后有顾长卫,加之红色题材,多少上座率?多少票房?多少排期?当然,最后“鬼才”没有令我们失望,炫目的特效、严谨的结构、大气的配乐,所有连贯完整的主创演技,都值得称赞,目前不完全统计达8.67亿元的票房,已经高居今年贺岁档的奖牌榜前列。

我们总结《智取威虎山》的成功,还是那句老生常谈:电影成功与否是多种元素综合作用的结果。其中值得一说的是,10年来徐克一直致力于大投资大制作的主流商业电影,他越来越显示出圆融自如的掌控能力,将积极正面的价值观念、精致曲折的故事情节、惊险刺激的视听效果融汇一体,作为北上发展最成功的香港电影人,徐克逐渐摸索到了观众需求、个人情怀和主流价值之间的平衡点,他的经验值得内地电影人借鉴。

另一关于题材的话题,是青春题材电影。本次贺岁档中最显眼的当数《匆匆那年》,以目前5.84亿元的高票房打破中国内地史上青春题材电影纪录。

近年来青春片市场前景大好,从2013年开始,《致青春》、《中国合伙人》、《同桌的你》纷纷成为卖座大片。毋庸置疑,这些影片无一不在追忆青春、纪念青春。此时,《匆匆那年》借势启航,根据热门小说改编,青春电影导演张一白执导的这部电影,用丰富的镜头语言、细腻的情感爆发点、真实



深刻的青春记忆让观众唏嘘不已。不过,在这里,我个人反之想说,看过搜狐自制同名网络剧的朋友应该会有相反的观点。

## 名导? 谁强

往年,贺岁电影是充满热闹、欢笑的喜剧片的天下,所以内地电影市场中最瞩目的贺岁片导演当属冯小刚。不过,今年既没有看到冯小刚的作品,这两年崛起的徐铮也没有导演作品面世。不过,今年贺岁档虽然减少了喜剧电影的份额,名导争夺战依然激烈。

喜欢剑走偏锋的姜文在2014年底贺岁档重出江湖,《一步之遥》未拍先火。紧锣密鼓的宣传计划吸引大众走进影院,首日70%的史上最高排片让观众不得不看。但放映后观众的一片吐槽声,让票房从预期的15亿止步5亿。

贺岁档期中另一位著名导演的作品《微爱之渐入佳境》在大银幕亮相,被称为顾长卫成功转型之作。说他成功,还得需要用票房说事。这个接地气的故事,最终以黑马姿态赢得2.84亿元的票房,陈赫与杨颖的搭档赢得观众颇多赞赏,因此,影评人认为顾长卫跟随市场脚步,转型成功。这部电影最大特色是轻松幽默的剧情设定让观众完全置身于微信生活,“摇一摇”“约吗”等流行词汇充斥其中,迎合了年轻观众的爱好。

值得一提的是,大导演吴宇森携全明

星打造的《太平轮》在上映后表现平平,剧情设置是大家最集中的吐槽点,“半集完了还没登船”,一名豆瓣网友如此评论。

这是一部被称为“东方泰坦尼克”的电影,筹备6年,投资几亿元,能成为卖座电影的条件应当具备齐全了,为什么观众并不买账?也许不能光提导演的名号,业内人士称《太平轮》回收成本的压力巨大,投资方将电影分成上下部后,又找来更多有票房号召力的一线明星来加重销售筹码,反而成了电影叙事上的负担。

知名导演可以遭遇滑铁卢,也能谋求转型升级,或许这就是电影变幻莫测的魅力所在。当然,猜想仅仅是猜想,结论总在上映之后揭晓,仿佛剧情的演绎,大跌眼镜的起起伏伏是电影人生的一部分,谁知道下次谁是英雄?

## 黑马? 漂亮

新元素的加入也构成了本季贺岁档的一个热点话题。这一时期,电影《十万个冷笑话》成为国内第一部不走低龄路线还能获得过亿票房的动漫作品,是贺岁档异军突起的一匹黑马。网剧到电影,《十万个冷笑话》的上映探索了一条网络剧搬上大银幕的新路。

它的成功不仅在于票房的成绩,更因为它打通了电影在互联网传播途径的各个渠道。作为出品方,小米、新浪娱乐等都通过微博、社区为电影宣传造势,比如从知名

媒体的微博大号,到热门话题、粉丝头条等;格瓦拉、猫眼电影、微信也先后开展电影票预售活动;苏宁易购将电影主题广告覆盖到了全国30多个城市的分众屏幕;爱奇艺、招商银行、万达影业和蓝港互动等也为《十万个冷笑话》提供了媒体宣传平台。在当下行业IP的热潮下,《十万个冷笑话》的娱乐产业链条引起行业关注,是目前娱乐项目值得学习的一个成功案例。

正如万达的制片人陈洪伟所说,它的价值在于为未来以亚文化为核心内容的网络产品,从小众走向大众提供宝贵的模式借鉴,但谈及对整个行业的救赎与革新,还为时尚早。“《十万个冷笑话》就是一次吃螃蟹的尝试。”

当然,被赞为黑马的并不是只有这一部。比如,《重返20岁》,这个故事笑中有泪,亲情战胜了容颜,导演陈正道说:“这部电影是献给所有妈妈的礼物。”

2014-2015年贺岁档青春逆袭、名导失利、二次元成黑马……戏还没有落幕,片花依然推送不止,话题还在更新,在这个电影巨头与巨头之间较量的战场,在这段黑马与炮灰齐飞的岁月,最终能为2015年的中国电影市场留下什么,是我们最关心的结果。



# 别让流行放逐了语言

□ 杜浩

行语的格调、内涵的道德评判上,我们缺乏应有的文化自觉和警醒。

人民网曾对2014年的网络热词进行评析,更指出了我们对待网络语言流行的态度。网络流行语,来势汹汹,去更匆匆。与其被动地追赶潮流,倒不如停留在潮流的后面,安心做个“网语言”。因为在语象激变的时代,网络话语体系中的潮流大多是泡沫,时效性一过,泡沫便会迅速破灭。所以,我们不妨与网络保持一定的距离,不拒绝,不亲近,总好过陷入“快速记忆,再快速遗忘”的漩涡中疲于奔命……

如今,在这个技术与消费的时代,借助技术、流行和时尚的力量,一种语言书写形式作为社会生活中人们交流的手段和工具,会强行传播,甚至影响人们的生活方式。当下,这些泛滥的网络语言、网络流行词语,其实正是这类文化现象的反映。

今天网络语言的流行,还用许多符号来代替汉字的使用,有人忧虑中国汉字有可能遭遇信息化技术的全方位“屏蔽”的危险。较之传统语言,这些网络流行词语,不再具有以往时代人类语言的精神、文化、意义深邃的特点,缺乏深度和审美意义,少了艺术性、情愫性和韵味性这些丰富语义蕴藏。这怎能用它们去朗诵那朗朗上口的诗歌,吟咏那抑扬顿挫的散文?因此,我们似乎正在面临语言文化呈现出退化的趋势,把语言看作具有某种美学价值的概念正在泯灭,只是把它们看作是传递实用信息。当代人语言和词汇日益贫乏,我们可以谈论一切,但所谈论的一切都没有意义。词语的意义失去了沟通心灵的真正作用。语言失去了真实的意义,也就不再成为交流的工具,而走向了自身的终结,这正是网络语言流行的本质。

我们还应看到,一段时期流行的语言、文字,其实是在每一点上与我们的生活相互渗透,与我们时代的心灵和精神具有密切的联系。网络语言的泛滥,实际上是反映出我们今天的心智、情感、精神和创造力,越来越趋向于衰弱和萎缩的现实,我们陷入了过度的精神贫困。这从一个侧面提醒我们,是该认真审视和反思我们的心灵和精神了。



## 千金猴王砚

### 紫石流彩

□ 陈晶

一方砚台不光是文人墨客直抒胸臆的必备之物,更表达了主人的喜好和品位

武士爱剑,文人好砚。文房四宝中的砚因其身具“坚固,传万世而不朽,留千古而永存”的特点,在四宝中居于首位。古人对砚的要求不光在实用价值上,还延伸至审美情趣中,砚因其丰富多姿的石品花纹,形制花式的不断创新,典雅考究的雕刻工艺,成为上达帝王公卿,下至庶民学子梦寐以求的书桌至宝。

1951年10月的一天,广州市文德路上一家古董店的店主遇到了一名中年妇女,她想卖出一方砚台。店主将砚台反复地看了又看,这块砚台呈黑色,长方形,但似乎也没有什么特别之处,店主摇了摇头,中年妇女失望地转身就要离开。这时,旁边一位穿西服的中年人突然说:“等等,这砚台我要了。”很快,中年人以160块钱买下了这块砚台,160块钱在1951年的时候不是一个小数目,这块砚台有什么奇特之处?

妇人走后,中年人叫店主拿来一碗水,轻轻地擦在砚台上,很快,砚台上竟奇迹般地出现了一只猴子的形象,这只猴子呈蹲坐状,似乎在回首张望,嘴角还露出一丝狡黠的笑容,眼睛、鼻子、嘴和前足都清晰可见,栩栩如生。店主惊奇不已,连连懊悔。而这位靠着火眼金睛收获了砚台的人,则是中国著名的古文字学家、书法家和古文物研究专家商承祚。商承祚拿着砚台兴致勃勃地说:“这砚台叫千金猴王砚,可是大名鼎鼎。”

在砚台的排名序列中,端砚、歙砚尤为珍贵,而端砚又较歙砚更佳,据说历代皆采端溪,到南唐李后主时端溪石已竭,不得已才采用次之的歙石。在广东省博物馆“历代端砚展”中,最出名的就是被商承祚发现的“千金猴王砚”,传说它能呵气出墨,隆冬不冰。此砚石奇、工巧、身世传奇,是清末广东“三大名砚”之一,更是广东省博物馆的镇馆之宝之一。

广东省肇庆市古称端州,此处石料制成的砚台即为“端砚”。《端溪砚史》称:“体重而轻,质刚而柔,摩之寂寂无纤响,按之如小儿肌肤,温软嫩而不滑”。作为翘楚的千金猴王砚长25厘米,宽17厘米,这样的尺寸在端溪老坑石中,已是罕见大料。石色紫蓝,石质细腻,石品花纹绚丽。砚堂中有大片鱼脑冻,形似猕猴,侧蹲回首,生动活泼。制砚者因材施艺,将砚面及砚背巧妙设计为花果山、水帘洞意境,所以命名为“千金猴王”。砚右侧镌隶书铭文:“千金猴王砚。光绪壬辰禺山何氏闲叟珍藏。”砚左侧镌隶书铭文:“郭兰祥作砚,项信南刊字。”

千金猴王砚最初的主人何闲叟,是张之洞幕僚。张总督喜欢端砚,专门派人去肇庆负责管理开采,何氏是主事者之一。砚池边有光绪壬辰(1892年)的题款,何氏在那一年找到一块很大很精的料子,并做了三方砚,其一猴王,其二仙鹤,其三碎石砚。何闲叟过世后,三方砚先后散落民间,猴王砚被汪精卫夫人所得,抗战后又再次流散,直到被商承祚购入。后来,商承祚将这两方砚台捐给了广东省文物管理委员会,最终落户广东省博物馆,成为其中珍藏。

砚在文人墨客的心中,除了研墨功能和欣赏价值,还拥有文化内涵。在古代,诗人雅士的砚台往往清新飘逸,造型自由洒脱,追求个性;官员将军的砚台严肃庄重,不太花哨,讲究一个稳重;商贾之砚多雕刻吉祥如意之兆,以图个好彩头,希望生意兴隆,财源广进;而官廷用砚则华贵雍容,凸显皇家至尊,珍贵异常。今天,虽然人们对笔、墨、纸、砚的需求不再像古人那般是书房的必需品,但是砚台所承载的人文情怀,仍能为我们所珍重。

《周末》执行主编 姜范

责任编辑 教蓉梁婧

邮箱 jirbzmk@163.com