



《建党伟业》海报

就中国电影市场来说,暑期档和贺岁档是最大的票仓。通常的规律是,暑期档主打好莱坞大片,贺岁档是国产大片争雄之地。不过也有例外,2010 年贺岁档最大的赢家是好莱坞大片《阿凡达》,而 2011 年暑期档是以国产大片《建党伟业》开篇的。



《财神客栈》海报

《建党伟业》并不是一部标准的主旋律电影。上映前,导演黄建新说过一句话:《建国大业》是作业,《建党伟业》是作品。这句话透露的心思是:《建党伟业》并不甘心于拍成一部只是传递主流意识和党史定论的教化作品,而是希望能有独立的历史价值和文化内涵。从公映的版本来看,很难说它完成了导演的言志愿望,由于创作过程中的一改再改,影片原先的立意已经有些模糊,锐利不再,温吞有余。不过即使以成片论,还是能看出主创人员的一番雄心:跟建党真正有关系的内容不过 20 分钟左右,影片的大部分时间是在表现北洋乱世和群众运动。失人心者失天下,北洋军阀走马灯。其对历史的深刻反思和对现实的关照,不可抑制地流淌出来。

然而,主创既想打主旋律的招牌,又要表达忧心天下的情怀,这本身就是拧巴的。在营销上,既想借用明星们的市场号召力,又想获得包场观众的公款票房,也的确贪心了些。加上《建国大业》已经把这个模式玩了一遍,观众的新鲜感不再,结果是影片的口碑十分含混,官方和民间都不知道该不该把它当作知己,而票房也在过了 3 亿元后上攻乏力,远未达到 8 亿元的预期目标。

暑期酷热,当然少不了夏日冰淇淋式的电影。湖南电广传媒投资的《假装情侣》就是其中的一部。失恋女百般调戏憨厚男,其各种花式桥段放到现实中完全不成立,但在导演的看护下进入镜头就有了假定性。黄渤延续了他没钱没貌的草根男路线,江一燕在清纯玉女的基础上释放了性感女郎的热力,影片在大部分时间里没心没肺,轻松热闹。最后进入有情人终成眷属环节,多少有些生硬,但两人的粉丝一定会泪如雨下。

王晶导演的《财神客栈》是典型的港式笑片。王晶就是这样,没有进取心、没有新创意,但他的故事和台词就是能让观众笑。他编剧导演的电影超过了 200 部,应该算是影史上最高产的导演之一了。他之所以能够如此高产,除了才华和勤奋的因素外,还有一个重要原因是:他几十年如一日地抄袭和借鉴别人乃至自己的桥段。说得好听点,这叫向别人和自己致敬。年轻的时候他七分抄袭,三分创意,如今岁数大了,基本上是重复再重复。好在观众进影院主要是图个刺激或者乐子,只要他们还笑得出来,王晶就仍有市场。



《肩上蝶》海报

暑期电影中最见诚意的是《武侠》和《肩上蝶》,陈可辛和张之亮是香港导演中不多的文艺范儿,制作上也最舍得精耕细作。《武侠》的新意在于把天马行空的港式动作科学化、医学化了。一会儿用筋络理论,一会儿用解剖学说,让唯心主义的武侠披上了唯物主义的外套。其窠臼之处在于,终归还得回到邪不压正的经典套路中,大反派王羽被雷劈死的设计,同时也把观众雷得外焦里嫩。

《肩上蝶》的三段爱情都夹生了,情节漏洞比比皆是,陈坤

这样的柔媚小生,桂纶美、梁咏琪、江一燕这样的文艺女生,差不多是白瞎了。但从那个瀑布如林的人间仙境,从陈坤那个布置精致的生物实验室,从精心构筑的昆虫世界来看,这个电影绝对是心血之作。一部文艺片能有 8000 万元的投资,当是多么幸福的事。可是一个完全没有约束的文艺片导演,也很可能生产出失控的电影。《肩上蝶》票房和口碑双线受挫,折射出了内地电影投资人的不成熟,其与导演的合作甜蜜开始,怨怼收场,令人叹息。



《钢的琴》剧照

最后要说一下今夏的两颗票房炸弹:《变形金刚 3》和《哈利波特》大结局。《变 3》是简单粗暴路线,它甚至懒得把故事讲清楚,只管以一打到底的强横劫掠眼球。那些小时候玩过变形金刚的人自不必说,就是对铁家伙们没有情结的人也很难抵御这个世界上最好的视觉特效。《哈利波特》大结局是“十年一梦青春老”的情怀路线,它柔情万种地引诱你去想:10 年前,样子很萌的哈利波特第一次掏出魔法棒时,你是怎样的青涩模样。而 10 年后,哈利波特变成不太可爱的大小伙子时,你又是怎样一副饱经沧桑的德性。蜂拥进入影院的观众,不一定是在看一部还不错的魔幻电影,而是成群结队地挥手告别自己的青春。《变 3》和《哈 7》这样的电影是不需要影评人和记者的,它只需要在影院里把海报立起来,在公交车站把广告打出来,坐等收钱就是了。

这个夏天还有很多电影飘过,各花入各眼,留在我的记忆里的就是这些。票房所能代表的是一时的热度,而像《钢的琴》这样的电影,即使到了很多年之后,碟店的货架上仍然会有它的位置——如果碟店没有消亡的话。

《哈利波特与死亡圣杯》海报



2011 暑期档: 抢钱片和情怀族的 二重奏

文\本刊特约撰稿 李星文

这个夏天还有一对儿电影经常被人相提并论。一部有口皆碑的文艺片《钢的琴》,它在各种电影节上拿奖拿到手软,却在市场中遭遇寒流,只收得 500 万元左右的票房。而一部被影评人极度鄙视的商业片《孤岛惊魂》,却连战连捷,票房直逼一个亿。这是为什么?难道说中国观众就真的只配看些粗制滥造的烂片吗?影片水平的高下一望而知,不必讨论,既然说的是票房,那还是就市论市。《钢的琴》虽然是文艺片,但其实一点儿也不沉

闷,反倒充满了东北人的幽默感。然而,影片表现的毕竟是下岗工人的生活困境,而且宣传发行工作不到家,只在小圈子里热,没有在大众中产生期待感,难免失败。而《孤岛惊魂》打好了粉丝营销这张牌,利用杨幂通过《宫锁心玉》赢得的超高人气,从海报到剧照,从硬广到软文,所有的宣发攻势都围绕杨幂来展开,一下子成了中学生暑期必看片,票房自然飘红。这两部影片的成败说明:好电影还需要好广告,好卖点能拯救烂电影。



《武侠》剧照