



贺岁电影这些年

文本刊特约撰稿 张冬梅

贺岁档成“兵家必争之地”

贺岁档指的是每年11月底到次年2月底的电影档期。由于横跨圣诞、元旦、春节、元宵、情人节多个节日，贺岁档成为最受瞩目、竞争最为激烈、消费能力最强的电影档期，一直是“兵家必争之地”。近年来，中国电影市场快速增长，贺岁档功不可没。

贺岁片这一概念来源于上世纪八十年代的香港。每年岁末，香港演艺圈的电影明星们就会聚在一起，拍出几部热闹喜庆的影片献给观众。这些影片被命名为象征吉祥如意的《福星高照》《八星报喜》等，其共同特征是喜剧、团圆、轻松、幽默，具有强烈的娱乐性和消遣性，非常契合观众在节日期间普遍的心理需求。

上世纪九十年代是香港贺岁片的成熟时期，这一时期的贺岁片几乎成为艺人票房号召力的试金石。周星驰和成龙是当时香港贺岁片的代言人，前者是无厘喜剧之王，后者则以动作喜剧擅长。周星驰至今仍为人津津乐道的电影，比如《唐伯虎点秋香》《大话西游》《大内密探零零发》《家有喜事》以及《喜剧之王》等，都是在春节期间为观众献上的贺岁影片，大多都入选了香港最卖座电影的行列。

成龙不仅在香港贺岁片市场上风靡一时，同时也是首位试水内地贺岁片市场的人。1995年，由成龙主演的《红番区》是第一部被引进内地的贺岁片，当年以8000万元的超高票房收入让票房低迷的内地电影市场为之一振。成龙的动作喜剧刚猛、诙谐、充满了正能量，同时由于VCD时代积攒的大量观众基础，其每一年的贺岁片都有不俗的票房收入。

1997年年底，冯小刚执导的讽刺喜剧《甲方乙方》打着贺岁片的旗号上映，结果一炮而红，这部电影只有300万元投资，却获得了3300万元的票房。自此，“贺岁片”这一概念被大众普遍认同。

2002年，张艺谋首次尝试武侠大片《英雄》，将贺岁档引至大片纷争的局面。此后，喜剧不再是贺岁档唯一上映的类型题材，古装、动作、战争等商业大片纷至沓来，《手机》《天下无贼》《无极》和《满城尽带黄金甲》都成为贺岁档现象级影片。

2007年堪称“贺岁片”鏖战之年，当年有《投名状》《集结号》《长江七号》《大灌篮》4部过亿大片。随着多年的市场培育、受众的逐步成熟，贺岁档票房也呈现井喷势头。

值得关注的是，经过20年的市场培育，我国电影市场贺岁硝烟不断。业内人士分析，贺岁档票房火爆的背后，一方面是中国影院建设重心下沉，三四线城市乃至县城都有了属于自己的影院，使得春节期间大量返乡过年的人有了消费释放的空间；另一方面是由于观众节日文化消费的习惯正在回归，电影市场已经培育了庞大的具有良好观影习惯的人群，而贺岁档电影内容题材的多元化、丰富化和影片质量的日益提高也让市场空间得以不断拓宽。

冯氏幽默20年

《甲方乙方》《不见不散》和《没完没了》被誉为冯小刚喜剧三部曲。作为中国内地贺岁电影的的开山之作，《甲方乙方》所展现出来的冯氏幽默与港式搞笑大相径庭，但也同样颇受观众认可。同时，这部电影有着同时期国产影片所没有的商业化元素：家喻户晓的明星、老少皆宜的故事和皆大欢喜的结局，成为其收获口碑的关键。

冯氏喜剧始终保持着一一种狡黠而善良的市民心态，充满了戏谑和对主流文化的揶揄，不论是情节还是语言都有自成一派的特征：京味儿、调侃、黑色幽默，同时又非常接地气。

随后持续多年的岁末年初，冯氏喜剧作品不断推出，包括《手机》《大腕》《天下无贼》《私人定制》等，冯氏幽默在嬉笑怒骂中，不断挖掘小人物生活中的悲欢离合。

2008年，《非诚勿扰》的问世让冯氏幽默迎来了一次升华。这是他在拍摄了《集结号》《1942》这类关乎战争与灾难的宏大题材作品之后，再次回归市民喜剧。影片以大龄海归青年秦奋征婚为线索，前来相亲者都各怀心机，牵扯出当代社会中一幕幕令人发笑的“人间喜剧”，各种光怪陆离的社会现象也被巧妙地融进影片。该片继续占据当年贺岁档票房冠军宝座，拿下了3.2亿元票房。2010年，冯小刚拍摄的《非诚勿扰2》票房则达到了4.7亿元。

但冯氏喜剧不仅仅是插科打诨的戏谑，而是继承了王朔小说的精神内核，在贺岁喜剧轻松幽默的氛围中揭示市民阶层的生存状态，通过游戏化的处理方式构建了一个成人游戏的楚门世界。在情节层面上，《甲方乙方》是一个角色扮演的游戏，《不见不散》是一个关于追逐的游戏，《手机》是一个关于谎言的游戏。

国产IP的崛起

近年来，贺岁档电影已经从单一的喜剧风格逐步走向类型多元化、题材多样化。从2018年上映的贺岁片来看，电影涵盖了奇幻、武侠、动作、喜剧、爱情、动画等多种类型。

随着贺岁档的市场消费潜力不断被挖掘，敢于参加贺岁档鏖战的影片，或明星云集，或投资巨大。以2018年参与“票房大战”的贺岁档电影为例，多部都是IP续集，包括《唐人街探案2》《捉妖记2》《西游记女儿国》等。《红海行动》则是导演林超贤继《湄公河行动》之后的又一部动作片，拥有坚实的粉丝基础。

随着国产电影工业化进程的持续推进，国产IP制造方式不断改进，新一代电影人陆续诞生，诸多客观因素共同促成了国产电影IP的崛起。徐峥的“囧”系列，便是国产电影工业化的一个重要拐点，从创意上打造了一个可以持续开发的“囧”IP，为国产电影续集化运作提供了一个很好的范本。继《人在囧途》《泰囧》和《港囧》之后，徐峥将下一站定在印度，目前“囧”系列之四《印囧》已拍摄完毕。

“西游”作为老少咸宜的国产IP题材，反复出现在贺岁档电影中。早在上世纪九十年代，周星驰的《大话西游之月光宝盒》和《大话西游之仙履奇缘》就先后在新年期间上映，被誉为是后现代解构主义的经典。

2013年，周星驰的《西游·降魔篇》在春节期间上映后大获好评，在内地票房突破了12亿元。自此之后，几乎每年的贺岁档都有“西游”系列电影上映。2017年的《西游·伏妖篇》由周星驰监制兼编剧，导演是徐克，这是一场颠覆想象的西游盛宴，被赋予了许多颠覆原著的设定，影片耗资成本大约4亿元，在公映前便得到广泛关注，最终收获了16.56亿元票房。

此后，郑保瑞分别执导了《大闹天宫》《三打白骨精》，虽说影片的艺术质量不尽如人意，豆瓣评分仅有4.1分和5.6分，但票房却一路飙高。《大闹天宫》收获10.5亿元票房，是当年票房冠军，《三打白骨精》也最终拿下近12亿元票房。今年，郑保瑞的“西游”系列卷土重来，作为春节档期间唯一一部魔幻爱情喜剧，《西游记女儿国》目前票房已经突破6亿元，足见这一系列的吸金能力。囧



《英雄》海报