娱码头”

山东新闻名专栏　泰山文艺奖一等奖专栏

从端午小长假至今，电影市场的一个现象引发热议，很多人将之称为“劣币驱逐良币”：一部口碑很差被吐槽无数的电影《天机·富春山居图》影院排片场次超高，至今票房接近2亿元，可谓在骂声中票房走高。而口碑超好、“差评为零”的小成本电影《逆光飞翔》则票房惨淡，上映两天后在许多影院鲜见排片场次。

烂片高票房，好片没人看，其中有何天机？

烂片高票房有天机

本报记者　倪自放

●烂片符合“审丑”心理

6月9日上映当天，《天机·富春山居图》排片占据30%以上，首日票房接近5000万元，远超此前的《致青春》，在国产片首映日票房榜上位居第三。但影片上映后，时光网、豆瓣网评分分别为2.4和3.0，属近半年来评分偏低的国产片，微博等社交媒体上关于该片的吐槽层出不穷，网友甚至称之为“近年来难得一见的烂片”。

不过，口碑差并未影响该片的票房走势，端午节三天假期《天机·富春山居图》稳居排场数、票房第一，共取得1.3亿元票房，此后几天，差口碑持续发酵，但这并没影响该片的票房，目前仍占据排片场次、票房第一。

有业内人士认为，档期好、无竞争对手是《天机·富春山居图》票房大卖的主要原因，“《中国合伙人》已近尾声，《星际迷航：暗黑无界》上映两周，原定6月2日上映的《侏罗纪公园3D》被推迟，《天机·富春山居图》上映时几乎没有强有力的对手，而且端午节期间观影刚需较大。另外，该片拥有刘德华、林志玲等明星阵容，竞争力也高于同期上映的影片。”

为何社交媒体上的吐槽无法影响票房，影评人周黎明提供了另外一种看法，他认为《天机·富春山居图》是烂片但并不难看，“它不是粗制滥造，只是呈现出来的美学观点跑偏，比较像我们的晚会。我相信有观众是喜欢这部电影的，就像很多人特别喜欢春晚，但也有人特别讨厌。”

越吐槽越受欢迎，有业内人士分析，观众的审丑、好奇、从众心理也起了一定作用，“观众消费大众艺术，有审美需求，也有审丑需求，比如电视里的唱歌和明星跳水节目，观众有欣赏音乐、观看明星身材这种审美需求，也有看明星失误出丑的潜在心理。社交媒体都在吐槽《天机·富春山居图》，观众就好奇，到底能有多差？不看一下这部电影，好像有点落伍，于是从众去影院审丑。”

《天机·富春山居图》创造了一种“烂片营销”，以往都是在电影上映前吹捧如何如何好，观众看后感觉不好有心理落差，但《天机·富春山居图》片方坦承该片质量不完美，观众带着低期待去看，反而没有心理失落感。

●“好片”叫屈理由可疑

在《天机·富春山居图》越挨骂票房越高的同时，清新励志片《逆光飞翔》却备受冷落。这部影片曾获得金马奖三项大奖，赢得不少业界人士力捧，口碑上号称“零差评”。然而，该片自上映以来，排片场次仅占总比例的不到3%，上映两天后很多影院已经没有排片，票房不过几百万元。该片出品人王家卫甚至呼吁影迷去观看，但并无效果。

烂片高票房，大家公认的“好片”却鲜有观众光顾，这到底出了什么问题？有业内人士表示，小成本的《逆光飞翔》未受观众青睐，原因很多，但以好片、烂片来评价一部电影，是非常不专业的，“电影只有商业片和艺术片之分，并无好片、坏片之分，以好坏来评价电影，是没有标准的。商业片，如《天机·富春山居图》，艺术片如《逆光飞翔》，商业片的‘商业’要求的是大众艺术，艺术片则是窄众的。以艺术审美论，《逆光飞翔》胜出，《天机·富春山居图》就是烂片；反之，以商业论，《逆光飞翔》会输。所以，烂片高票房不奇怪。”这位人士介绍，艺术片票房比不过商业片，这是全球电影界的普遍现象，有部分国家专门设立艺术院线扶持艺术片，但这也无法从根本上解决问题。

《天机·富春山居图》虽然情节扭曲、细节雷人，但有大众对商业大片所要求的元素，明星、离奇的情节、超炫的场景，迎合了观众的娱乐需求。

●观众和影院不应被指责

由于《逆光飞翔》排片场次太少，不少观众在网上叫屈，表示“欲看无排片”。面对这种情况，该片出品人王家卫忍不住一改低调作风，特意发布公开信并提出质疑：“是观众在选择电影，还是影院在替观众选择电影？”他呼吁影院能听到观众的呼声，多加场次。

由熊欣欣执导，集结黄日华、梁咏琪、吕良伟、郭涛、惠英红、倪虹洁等20多位明星的动作片《光辉岁月》6月9日公映，排片场次与《逆光飞翔》不相上下，也沦为“市场炮灰”。该片摄制组在其官方微博发出公开信，把票房失利的原因归于发行方光线传媒宣发不力。熊欣欣愤怒地表示：“我不敢说我拍的是什么好片、大片，但也不至于连海报都看不到。”直指影院排片歧视和宣传发行不尽力。

对于《逆光飞翔》《光辉岁月》排片场次受到的抱怨，济南一位影院经理表示，影院并没有替观众选择电影，“《逆光飞翔》我看了，内容我很喜欢，也给了场次，但上座率就是不行，连《天机·富春山居图》上座率的十分之一都没有，说明只是少数人喜欢。影院是市场主体，必须按市场规律办事，减少上座率低的影片的场次是必然的选择。”

对于《光辉岁月》片方的指责，光线传媒透露了一个事实，一开始光线本不想发行这部电影，因为该片题材缺乏亮点，但在投资方多次恳求并突破常规提出自付宣发费用的情况下，出于对投资方的同情才接下该片的代理发行工作，但宣发无法从根本上扭转该片的颓势。

出品：文娱新闻中心　统筹：张宇
美编：石岩　组版：秦川