

刘宗智 济南报道

“射雕”再现江湖

适逢金庸诞辰一百周年，徐克推出的《射雕英雄传：侠之大者》既是向经典和大师致敬，也是对金庸IP价值的再次开掘。“金庸江湖再登大银幕，武侠新世界拉开序幕。”《射雕英雄传：侠之大者》由徐克自编自导，肖战、庄达菲领衔主演。影片内容改编自金庸先生经典武侠小说《射雕英雄传》第34章至第40章，讲述恩怨情仇的江湖，权势角力的战乱时代，郭靖童年离别家乡，逐渐练就可改变局面和命运的力量，得传天下绝世武功“九阴真经”和“降龙十八掌”，却惹来各方嫉妒。郭靖与黄蓉在铁骑箭雨和硝烟旌旗中，力挽狂澜，保护南宋边关。

该片也是徐克时隔多年回归武侠电影的情怀之作。预告片中，“射雕”武林世界的面纱被缓缓揭开，白雕翱翔飞过天空之巅，大漠之中一双侠侣纵马驰骋，山下千军万马战车林立。伴随着1983版《射雕英雄传》中经典歌曲《世间始终你好》那熟悉激昂的旋律响起，势必带领观众走进恢弘大气、意蕴厚重的武侠世界之中。

“飞雪连天射白鹿，笑书神侠倚碧鸳。”从1955年创作首部武侠小说《书剑恩仇录》，到1972年完成封笔之作《鹿鼎记》，17年时间里金庸共创作15部风靡华语世界的武侠小说，在很多人心里构建了一个庞大的武侠世界，也为影视改编提供了不竭的创作灵感。

与早年的火爆程度相比，近年来的“金庸IP”倒是冷寂不少。除了2017年杨旭文、李一桐主演的《射雕英雄传》，其他金庸剧的口碑都不尽如人意，在相关评分网站上，2018版《新笑傲江湖》评分2.5，2020版《鹿鼎记》评分3.3，2021版《天龙八部》评分3.4。今年6月上线的《金庸武侠世界》口碑、热度同样不及预期。

徐克曾多次翻拍金庸小说，其中最为脍炙人口的当数《笑傲江湖2：东方不败》，该片上映后票房大卖，林青霞饰演的东方不败成为一代经典。然而，这部电影却引起金庸不快，甚至公开批评“他不懂武侠”。徐克版的“射雕”成色如何，有待检验。

“神话”强势归来

神话故事本身具有天然的IP属性。以“西游”系列为例，2013年的《西游·降魔篇》，国内票房为12.45亿元；2014年的《西游记之大闹天宫》国内票房为10.45亿元；2015年的《西游记之大圣归来》，国内票房为9.56亿元。再比如，2019年的《哪吒之魔童降世》国内票房达到50.35亿元，至今仍位列中国电影票房总榜第四，被誉为国漫电影的里程碑之作，也为神话IP的运作注入了强劲动力。

《哪吒之魔童降世》的成功也点燃了观众对于“哪吒2”的期待。导演饺子曾在采访中表示“哪吒2”将在五年后“回归”，而此番《哪吒之魔童闹海》定档正是五年之约的回响。在新鲜出炉的电影海报中，四海龙王再度集结：蓝版海报中，四龙神情痛苦，状似被沸腾海水“烹煮”，哪吒回身看向画面外的东海龙王敖光，大战一触即发。红版海报中，哪吒浴火归来，脚下所踏龙身，正是亦敌亦友的敖丙。哪吒与龙族的矛盾升级，也令观众揪心哪吒、敖丙两人关系走向。这一部中哪吒将如何“闹”陈出新，将家喻户晓的“哪吒闹海”故事改编出意料之外的新意，引人期待。

在提升故事体量的同时，“哪吒2”已在制作上全面“升级”，力求带给观众史诗级震撼的银幕体验。《哪吒之魔童闹海》未必能超越前作成绩再拿50亿元票房，但该电影如果能够延续前作的制作水准，还是有着相当可观的票房号召力的。

同属“封神宇宙”，乌尔善导演的“封神三部曲”也将在大年初一迎来第二部《封神第二部：战火西岐》。《封神第一部：朝歌风云》于去年暑假期间上映，创作团队大量从古籍、古代绘画及文物中汲取灵感，构建出符合当代审美的古典美学体系，收获了无数观众的惊叹与认可，不仅拿下了26.34亿元票房，并斩获了第36届金鸡奖最佳故事片。《封神2》的故事承接第一部，西伯侯之子姬发逐渐发现殷商的本来面目，反出朝歌之后，殷商大军兵临西岐，“西岐保卫战”一触即发，另一边关于封神榜的争夺战也仍在继续。

相比前作，第二部的角色也更加丰富。除了下凡寻天下共主的昆仑山仙人姜子牙、杨戬、哪吒组成的“地三仙”，少年英雄姬发、“野心家”商王殷寿、诱惑人心的妲己之外，在第一部片尾彩蛋中出现的邓婊玉、闻仲、魔家四将也将隆重登场。前作



困在IP里的春节档

12月10日，春节档电影《哪吒之魔童闹海》官宣将于2025年大年初一上映。目前，《射雕英雄传：侠之大者》《封神第二部：战火西岐》和《熊出没·重启未来》相继宣布定档2025年大年初一，四部“超级IP”旗鼓相当，电影春节档的硝烟已经悄然弥漫。



中给人留下深刻印象的申公豹、元始天尊，将会在殷商、西岐两大阵营对决中起到何种作用，也给观众留下悬念。不过，倘若一味地忠实于神话文本的复述，神话所带来的“审美快感”和“戏剧期待”会因为观众的咀嚼、熟知，而难以跟随快速发展的电影市场，“神话IP”的影像叙事需要时代性的内容填充。

“熊熊”依旧神勇

不管是早已开发、初具规模的三体宇宙，还是刚刚上路的诸多IP联动，种种尝试或隐或现地指向同一个目标，即打造成成熟的影视IP宇宙。比如，在《哪吒之魔童降世》之后，光线传媒开始打造“封神宇宙”；《唐人街探案》成功后，万达影视表示要打造“唐探宇宙”；星皓影业的“西游记”系列已经拍到了第六部；华策影视则宣布要打造“刺杀小说家宇宙”。

所谓IP，原意为知识产权，是一种文化资源，拥有一批忠实的粉丝群体，可以形成一条具有持久活力的衍生产业链，具有高专注度、大影响力、再生产性等特点。电影创作者只要有能力从文化场域找到具有开发潜力的IP，即可以通过投资占据IP版权，进而开展一系列的电影制作活动。

如起点中文网购买了天下霸唱《鬼吹灯》的小说版权，将小说前半部分和后半部分的改编权分别出售，形成《九层妖塔》及《寻龙诀》。IP系列的开发，促进了电影生产的流程化、标准化、规模化和系列化，丰富了电影的类型创作，提升了电影工业的制作水准，亦打造出一批一夜走红、人气爆棚的优秀作品。

动漫剧集《熊出没》，稳定地遵循着每年推出一部剧场版的节奏，已走到了第十个年头，积累了难以撼动的忠实观众群体。从票房数据来看，《熊出没》系列电影从2014年2.47亿元的《熊出没之夺宝熊兵》到2024年拿下20.06亿元票房的《熊出没·逆转时空》，票房几乎翻了10倍，成为中国动画电影领域最吸金的动画IP之一，“熊出没宇宙”愈发神勇。《熊出没·重启未来》有望在春节档稳定吸金。

不管是电影的衍生剧、动漫的剧场版，还是长剧的短剧化，“一鱼多吃”的好处都是显而易见的。但是打造一个成熟的影视IP宇宙，也分外考验创作者的能力。这不仅关乎影视IP眼前的价值，更关系到IP宇宙是否能够拥有持久产出的生命力。其难度之大，足以成为摆在众多创作者面前的一道巨大关卡。

原创力有隐忧

“IP电影”热，说到底，还是原创能力的缺失。伴随着中国电影市场迅速扩张，内容需求量也与日俱增。然而，要培养出数量与市场容量相匹配的导演、编剧非一日之功，情急之下向其他领域引进资源便成为必然。

电影的内核本应由剧本支撑，但在高度发达的互联网时代，原创剧本的资源却十分稀缺。现阶段的国产IP电影为了更高效地开发，倾向于极限压缩电影拍摄周期，采取“IP+流量明星”的发展策略，意图短期变现。此种发展策略虽然能够获得短暂成功，但其至少带来两种隐患。第一，“IP+流量明星”的电影创作急于求成，忽略了电影团队精心打磨作品的必要性。长此以往必然萎缩国产电影的创作能力，破坏整个电影市场的平衡；第二，过于注重IP开发效率，导致投资者对IP版权保护不力。IP版权保护需要全行业长期努力才可以达成，强行“杀鸡取卵”式的攫取只会让优质IP资源流失。电影IP其实是一把“双刃剑”，如果抱残守缺，沉湎于表面化、程式化和景观化的操控，它就会萎缩内卷，失去生命的张力；只有坚持开放的态度，创造性地发掘转化，创新性地开发铸造，才可能成为源头活水，不断地开创出新的天地。

随着时间的推移，陆续还会有多部影片上架，“春节档”的“含金量”将不断增加。回顾过去历年春节档，喜剧片或者喜剧元素较强的影片在大部分时候都能取得档期前三名，甚至是档期内冠军的好成绩，相信今年春节档也不例外，一定会有大体量的喜剧片进入春节档，给观众们带去更多“合家欢”的节日观影氛围。此外，根据国家电影局官网，“跨年贺岁喜迎新春—全国电影惠民消费季”将覆盖贺岁、元旦、春节等重要电影档期，合计投入不少于6亿元观影消费补贴，有助于推动市场观影热情。