



“觉醒年代”雪糕、“乡村爱情”盲盒……

# 作品红火，影视文创大有可为



齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 刘雨涵

## 角色变卡通 台词成文案

《觉醒年代》文创产品在近期举行的2021中国国际服务贸易交易会上首发亮相，其中最受欢迎的是红砖雪糕。雪糕的外包装上，Q版李大钊举着一根芒果味雪糕，还配有“苦中作乐才是士的本质”这样的“金句”台词，勾起了人们上头的购物欲望。仅仅半天的时间，这批雪糕就被抢购一空。

设计公司负责人透露，他们通过对《觉醒年代》IP元素进行梳理、整合、归类，花费两个月的时间，打造出第一批23款产品，除了雪糕，还有零食、文具、饰品等系列产品。“地球即成白首，吾人尚在青春，新青年的味道”“我是革命的一块砖，哪里需要往哪里搬”等《觉醒年代》中的经典台词成为了天然的文案，和李大钊、陈独秀等剧中角色的卡通形象搭配起来，显得又燃又萌。很多顾客并没有试吃，单单冲着蕴含《觉醒年代》元素的包装，就把零食买了一个遍。

据了解，9月下旬，《觉醒年代》雪糕、饼干等文创零食将在线下商超、各大品牌的网店全面开启售卖，还有北大红楼的店铺内也可供游客选购。该设计公司还与视频平台就《觉醒年代》相关衍生品开发进行签约，签约额达6000万元，未来将共同开发盲盒、手办等产品。而《觉醒年代》与北京大学联名开发的文具、服饰等文创产品，预计将在年底上市。

由《觉醒年代》等革命题材影视作品的热播，还引发了红色文创产品的热卖潮流。首先

是大街上出现了许多背着《新青年》杂志logo帆布包的年轻人，有人还穿着《新青年》标识的文化衫。在中国国家博物馆的淘宝旗舰店中，《新青年》系列的笔记本和签字笔套装，售价118元，月销售量已经超过了1000件。有人将其送给朋友，当做生日礼物或者毕业礼物，因为觉得它们具有复古风而且实用。有人买来作为公司活动奖品，因为具有教育意义。此外还有具有戏谑意味的周边产品，《觉醒年代》中鲁迅拿着“不干了”牌匾的形象被做成了摆件和钥匙扣，表达了打工人的吐槽心声，有人将鲁迅的摆件放在办公桌的电脑边，称赞“我迅哥666”，并担心“怕被领导抢走”。

除了线上购物，红色旅游景点也是这些文创产品的输出地。在《觉醒年代》热播之后，陈独秀故居、鲁迅博物馆、北大红楼等成为了游客的网红打卡点，围绕五四运动、新文化运动等元素开发的手机壳、明信片、钥匙扣、书签等产品琳琅满目。在鲁迅博物馆的鲁迅书店内，《新青年》杂志手账一上午能卖出100多本，而《新青年》帆布包每天能卖出几百个，经常断货。

## 作品有口碑 产品才有竞争力

影视作品在热播之后顺势推出周边文创产品已经不是新鲜事。此前，2019年播出的古装剧《延禧攻略》因为精致的服化道受到好评，官方曾推出过手机壳、帆布袋、抱枕等文创产品。《陈情令》在热播之时也推出了玩偶、手链、口红等衍生品。《香蜜沉沉烬如霜》推出过夜神人鱼泪手串。《斗罗大陆》《清平乐》也曾出品联名盲盒。

今年3月份，《乡村爱情13》

在收官之际推出了系列盲盒，包含谢广坤、赵四、宋晓峰等四个基本款和刘能的隐藏款盲盒。单个人物盲盒售价59元，4个装的整套盲盒售价236元。产品上线后不到6小时，首批的一万多个盲盒预售便卖光，还有网友愿意出价150元收购刘能的隐藏款盲盒。土味的“乡爱”盲盒能够引发售卖热潮，除了角色的卡通形象戳中了观众的笑点之外，也是剧粉们释放对于作品喜爱的一种表达方式。

“文创”的概念大约是从2015年开始在国内兴起。2015年正值故宫博物院建院90周年，朝珠外形的耳机、比着剪刀手的雍正、挤眉弄眼的康熙……一批魔性文创产品让600多岁的故宫一下子变成网红，也让“文创”的概念深入人心。青岛博汇文创公司副董事长魏乐在今年6月举办的第九届上海国际电影论坛暨展览会上，将影视文创分为三个阶段：影视衍生品、影视文创和影视新文创。影视衍生品是在最早时候被用来做宣传推广的物料；影视文创是发展到了有一定主题意识的应用型产品；而“新文创”是在2017年被提出的新概念。魏乐同时指出，第一阶段的文创产品强调安全属性，而不是挣钱。“千万不要做特别容易出事故或者产生食品安全问题的产品，这个时候你的团队、运营体系、供应链都没有成熟，千万不要碰它。”

目前，影视文创产品主要以食品、装饰品等小物件为主，还停留在较为初级和低端的阶段，未来影视文创产品应该与旅游业、制造业、科技界等逐渐融合，进一步扩大影视IP的外延。不管是何种文创产品，影视作品才是这条产业链的源头，有热度、有口碑的影视佳作，才能为文创产品带来更强劲的生命力。

# 乔家的“儿女们”用演技撑起真流量

□张莹

《乔家的儿女》迎来大结局，一成二强三丽四美各有归宿。这部家庭伦理剧的热播，让观众跟随氤氲着浓浓烟火气的四兄妹命运，而心情跌宕。更为难能可贵的是，四个年轻演员对角色的演绎和把握，频频因得到观众共情登上热搜。

四个兄妹，性格各异，命运也因性格而走上不同的道路。整部剧看下来，大哥一成踏实有担当；二强憨憨的，很善良；三丽乖巧懂事；四美浪漫爱幻想爱折腾，他们的扮演者白宇、张晚意、毛晓彤、宋祖儿都是科班出身，非选秀流量出道，从年龄上看，除了毛晓彤是1988年出生，其余三位都是90后，最小的宋祖儿只有23岁。这样的数据和作品呈现，让人对新生代演员有所期待。

最为亮眼的是四美的扮演者宋祖儿，童星出身的她，此前在我印象中名气大，作品弱，长相上看，也过于固化，很难有人物层次的突破。但剧中的四美真的惊艳到观众了，她前半场的幸福泡泡和后半场的哭戏，将四美这个傻白甜被生活鞭打的轨迹演得顺理成章。

23岁的宋祖儿，如果说扮演年轻时浪

漫恋爱脑的四美信手拈来的话，那她在剧中的后期是一个妈妈，眼里已经有了故事，表情的层次完全和人物同步，让观众恨其不争，她对丈夫又爱又被伤害的纠结，在宋祖儿的表演中展露无遗。人物命运能够自洽，和演员的诠释有很大关系，如果情绪不到位，观众就会看得很拧巴，可以说，宋祖儿的四美，是不单调的，有层次的，难怪被很多观众点赞：祖儿争气，演得真好！

四兄妹中我最喜欢的演员是二强的扮演者张晚意，上一次他在剧中的熟悉面孔，还是《觉醒年代》中的陈延年，很多人还记得那个阳光下打动无数人的清澈回眸，却很难将他与《乔家的儿女》中憨憨的二强联系在一起，由此可见张晚意塑造人物的能力。

张晚意是妥妥的95后年轻演员，难能可贵的是，在他身上没有一度流行的脂粉气，对比同期播出《亲爱的爸妈》两个厚刘海男演员的流量气质，他的脸硬朗阳光却又精致干净，少年感强，可塑性强。在《乔家的儿女》中，他饰演的二强，有些木讷，不太聪明的样子，没有考上大学，早早进了工厂，情窦初开喜欢上自己的师傅。

张晚意贯穿全剧的是动作缓慢，人物一致的是那个默默无闻爱着、生活着的男人，他在剧中并不抢戏，四兄妹在一起的时候，他被边缘化，但轮到他的故事，又那么舒缓温暖。观众对他的评价颇高：张晚意填补了影视剧市场年轻男演员的空白，影视作品需要张晚意这种沉静、内敛、复古、质朴气质的年轻男演员。

白宇是凭《镇魂》突然爆火的男演员，他出圈的标签是帅，收获迷妹不少。不知不觉帅这个标签离白宇越来越远，他似乎刻意撕去它，直到在《乔家的儿女》中让大哥的形象落地生根，白宇实现了当好演员的蜕变。一成年少时的坚强，青年时意气风发又略有自卑的矛盾，在剧中淋漓尽致地展现出来，人们看到大哥山一般的可靠，又感受到他在责任重压下的疲倦，白宇由《镇魂》时期的“爱豆”成为《乔家的儿女》的演员。还有三丽的扮演者毛晓彤，生活的磨难成就了她，她显而易见地能更好地进入各种情绪，从《三十而已》到《乔家的儿女》，都备受好评。

一部好的作品，不是靠“流量明星”撑起来的，几个年轻演员踏实演戏，成就是真“流量”。



天天娱乐

