



“觉醒年代”雪糕、“乡村爱情”盲盒……

作品红火，影视文创大有可为



在刚刚结束的2021年中国国际服务贸易交易会上,《觉醒年代》首发的文创产品雪糕在半天时间里就被抢光,其余系列文创产品也大受欢迎。《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,《新青年》logo的帆布包、鲁迅的摆件、北大的校徽……今年3月份,在《乡村爱情13》收官之际推出的“乡爱”系列盲盒,以及《山河令》推出的“棉花娃娃”,也都是上线即售罄的火爆状态,由此可见影视文创大有可为。作品带动产品,核心点还是在于火爆出圈的口碑佳作能够不断产生。



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年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“苦中作乐才是土的本质”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,第一阶段的文化产品强调安全属性,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。而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



天天娱评



□张莹

《乔家的儿女》迎来大结局,一成一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,很难有角色层次的突破。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,成就的是真“流量”。