

# 请回答 2023 年终报道

## 热搜2023大文娱 之银幕

截至12月28日,全年电影票房达到539亿元,虽然距离业界期望的550亿元还有一定差距,但显示电影市场已经全面复苏,票房收入重回高位,年度票房榜前十位全部是国产片且类型丰富,更证明电影创作上的繁荣。(倪自放)



记者 倪自放

### 满江红

#### 张艺谋归来佳作连连

2023年年初上映的《满江红》,以45.44亿元的票房成绩,成为中国电影市场2023年的票房冠军,也显示着中国最知名的电影导演张艺谋重回电影头部市场。2023年已经年满73岁的张艺谋,本年度不仅推出了票房冠军佳作《满江红》,其国庆档上映的《坚如磐石》也位居年度票房第9位,这让张艺谋成为2023电影市场最大的热词。

归来的张艺谋不仅推出了高票房电影,其2023年上映的作品在电影创作上的创新也不少。票房和口碑上映的《满江红》是张艺谋正常发挥的一部影片,影片以悬疑、喜剧等元素博得观众的认可。同时张艺谋将家国情怀与商业类型片元素进行了适当地融合,整部影片“很张艺谋”。张艺谋在《满江红》中的创新也不少,比如喜剧与悬疑的杂糅,悲剧和喜剧的灵活转换。张艺谋还对影片的历史情境与文学情境结合进行了炉火纯青的把握,即片尾的“全军复诵”,既煽情又让观众共情。

与张艺谋之前作品有很大差异的是,《坚如磐石》是张艺谋时隔多年重回现实题材创作,并且影片尺度“前所未有”。电影《坚如磐石》是张艺谋导演首次挑战当代都市犯罪题材领域,结合罪案、人性、官场等元素,聚焦人性挣扎与公平正义,在创作源头对官商勾结、权钱交易、黑恶势力与保护伞狼狈为奸等敏感话题进行了大胆深入的探索。作为一部将背景设置在都市的犯罪题材片,电影《坚如磐石》有别于张艺谋导演以往电影的影像风格也引发大家热议,据张艺谋导演此前在采访中透露:“这是我从来没有尝试过的,都市、现代、冷峻的风格。”

### 流浪地球2

#### 华语片续集跑赢好莱坞

续集电影表现抢眼,成为2023电影市场的重要特征之一,《流浪地球2》《前任4》《速度与激情10》分列年度票房第二、第十一和第十二,华语片续集相对于好莱坞续集大片优势明显。

《流浪地球2》于2023年1月22日上映,打破34项影史纪录,不仅以超40亿元的票房位居年度票房榜第二,影片评分也位居前列。作为《流浪地球》的前传,《流浪地球2》讲的是太阳将毁灭之前,人类陷入一片恐慌,在末日灾难之前,人们在恐慌中做的种种抉择与坚持的故事。《流浪地球2》不是科幻版的《战狼2》,但在内容上一样延续了英雄主义叙事,观众一直有对英雄主义的渴望,关键看如何唤起。

“前任”系列特别是《前任4》,很好地表现了一般小镇青年和一线城市一般学历层次青年的焦虑,并试图给出释放感。其实从《前任3》到《前任4》,这一系列作品就具



# 大导强势归来 情绪电影起飞



有了明显的互联网时代电影的特征,那就是观众为逝去的爱情营造一种仪式感。强烈的社交属性,让《前任4》在票房和口碑方面的成绩堪称优异。

好莱坞电影“不香了”,这已经成为电影市场的老生常谈,这一点在好莱坞续集大片上表现得尤为突出。2023电影市场票房前十的作品全部是国产片,好莱坞电影表现相对优异的作品是《速度与激情10》,该片也只是位居年度票房的第十二位。作为一个系列的“最终章”之一,《速度与激情10》是这个系列的倒数第三部,这个系列将在《速度与激情12》真正终结,“速激”的这场“告别”真够漫长的。“速激”系列引发最大揶揄的就是“唐老大”的家族情义,从第三部之后,每一部影片的设定几乎没有区别:“唐老大”和家人们本来在享受稳定平静的生活,可总有反派带着仇恨突然出现,“唐老大”为了拯救世界或者拯救家人,重新召集团队老朋友作战。不得不说,这份家族情义被“咀嚼”得太过。

### 消失的她

#### 情绪电影的是与非

能提供情绪价值的消费和商

业,被统称为情绪经济,这是一个不太严谨的界定,但正如《情绪经济学》一书所说,“扬起情绪利刃,获得商业成功。”从《孤注一掷》到《消失的她》再到《八角笼中》《热烈》《学爸》,2023暑期档票房和口碑靠前的影片,都以现实主义或伪现实主义的风格,与观众的情绪建立了某种强链接,从而成为热度较高的情绪电影。

电影《孤注一掷》的“情绪利刃”是面对诈骗你能怎么办,影片中的情节看得人后背发凉。电影《消失的她》的“情绪利刃”之一是永远不要有“恋爱脑”,片中人物因为“恋爱脑”而遭遇的一切让观众后怕。电影《学爸》的“情绪利刃”是鸡娃和“学区房”,虽然这是一个老生常谈的话题,但不妨碍你观看电影时再次被这样的话题鞭打。

对这些“情绪利刃”的巧妙利用,确实让这些“情绪电影”取得了商业上的巨大成功。暑期档票房冠亚军作品,分别是35.26亿元的《孤注一掷》和35.23亿元的《消失的她》,这两部作品都带有鲜明的情绪电影特点。

情绪电影商业上成功的另一表现,在于影片的新用户(观众)拉动能力非常突出,这对市场而言

是一个好的现象。根据灯塔专业版的数据,电影《消失的她》上映前,电影暑期的日均票房为0.8亿元,该片上映20天后,暑期档日均票房提升至2.8亿元,是该片上映前的3倍以上。在暑期档新电影观众中,《消失的她》独占四分之一,为暑期档的火爆带来新生力量。

当然,缺乏故事的“情绪电影”,也会被市场抛弃,在暑期档后期上映的电影《燃冬》,从某种意义上说有特别浓厚的情绪,算是“情绪电影”。但从影片剧情看,《燃冬》弥漫着空虚、寂寞、冷的情绪,对普通观众而言,影片讲述了一个什么故事?观众看不懂,影片的票房和口碑都很惨。

### 封神

#### 传统文化碰撞电影工业

取材于传统文化的《封神第一部:朝歌风云》《长安三万里》等影片,在今年暑期档取得票房佳绩。

从首映日票房表现平平,到口碑逆袭实现票房逆势上涨,电影《封神第一部》以26.34亿元的票房成绩,位列年度票房第五。除了票房上的成功,如何用主流商业片包装中国传统文化的内核,才是《封神第一部》以及此后系列电影的重

要意义所在。《封神第一部》故事富有张力,人物形象鲜活立体,通过具有时代感的视听语言,呈现了一个生动瑰丽的神话世界,既挖掘了封神故事所蕴含的价值观,也折射出我国电影工业的进步。

无论是人物形象塑造,还是逼真的场景制作,都显示着《长安三万里》在目前中国动画电影的画面方面处于顶尖的水准。有优秀的制作水准打底,被恣意铺陈的唐诗,成为电影《长安三万里》和观众最重要的情感链接之一。“熟读唐诗三百首,不会写诗也会吟。”对于中国人而言,唐诗是一个奇特的文化存在。据不完全统计,《长安三万里》一共出现了48首唐诗,大部分都是普通观众耳熟能详的诗句。电影《长安三万里》和观众的情感链接之二,是灿若星辰的唐朝“明星”群像。唐朝文臣武将声名显赫,李白、杜甫、王维、孟浩然、高适、贺知章,这些在中小学课本中不断出现过的名字,对于中国人而言是再熟悉不过了。通过《长安三万里》,观众完成了和这些课本上的“老朋友”的会见。

### 无名

#### 主流题材与个体表达

如果说梁朝伟和王一博是电影《无名》的营销外壳,中国最具个性的商业片导演程耳执导的这部影片,从本质上说仍然是一部优秀的新主流大片:其一,是主旋律题材,充满正能量;其二,贴近大众文化性,故事性、戏剧冲突性强。即主流题材和个体表达得到了相对完美的融合。作为一部商业类型大片,好看是《无名》的应有之义,这就要求影片在人物和叙事方面足够令观众信服。影片故事底蕴深厚,剧情悬念丛生。作为一部非典型叙事影片,顺序、倒序、插叙不断叠加,《无名》像一个套盒,里面每个人物身上都有他自己的一个完整背景和故事,电影都把他们折叠了,只留了线头,只要你去把它拉开,就是一个个人生,这些故事放在一起,就是那个年代的众生相。

类似的成功电影还有2023年年末上映的根据真实事件改编的《三大队》。首先,在故事躯壳上,《三大队》是警匪类型片的套路。其次,在真正的内涵上,《三大队》表面上讲警察故事,实际讲的却是更有广泛意义上的一大段人生。这是电影真正让人“破防”的地方,也是所谓“非虚构文学”的力量。

2023年国庆档上映的《志愿军:雄兵出击》也取得票房和口碑双赢,为新主流大片的丰富表达提供了更新的样式。作为一部大题材电影,《志愿军:雄兵出击》没有局限于激烈的战斗场景刻画,而是在历史观和生动人物两个方面真真切切地下了功夫,其前半部分相当多的篇幅就是为了回答一个问题:为何而战?即抗美援朝战争的合理性、必要性、正义性,此后的部分才是如何战。从这个意义上说,《志愿军:雄兵出击》是一部微言大义的作品。