

# 请回答 2023 年终报道

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

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）

## 热搜2023大文娱 之银幕



# 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”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，不会写诗也会诌。”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电影，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，在故事外壳上，《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。