

同是“爆米花”，待遇大不同

观众为啥如此“偏心眼儿”

张艺谋的《长城》日前在北美上映，口碑和票房都不甚理想，巧合的是，目前在中国上映的好莱坞大片《极限特工3》之前在北美上映时口碑和票房也很一般。就是这样两部“爆米花”大片在中国上映时，《长城》遭遇强烈恶评后取得了11亿元票房，而《极限特工3》票房也达到了10亿级别，至于该片的口碑，外界评论只是轻描淡写地说，“爆米花”片，并无太多指摘之意。同是爆米花大片，华语片被骂，好莱坞大片却被宽容对待，观众为什么要如此“偏心眼儿”呢？

本报记者 倪自放

对华语片的偏见要慢慢改变

《长城》日前在北美首映，票房和口碑都非常一般，首日粗报590万美元的票房，排片单日第三位，首周末票房预估1700万美元。口碑方面，烂番茄新鲜度不足40%，属于不太及格的评分。同样，目前在中国上映的好莱坞大片《极限特工3》，北美上映四周票房也只有4386万美元，与该片在中国10亿元人民币的票房差距不小，该片的烂番茄新鲜度也只有43%。

北美失利的《长城》、《极限特工3》，在中国市场票房不错，都在上映后成为10亿级别影片，但两者的口碑却反差不小。《长城》被众口骂成“烂片”，而对于《极限特工3》，最负面的评价也就是说这是一部“爆米花”片。同期上映的商业片，华语片被骂好莱坞片被宽容的例子还有很多。在贺岁档，观众对《摆渡人》的负面评价被编成了无数段子，而稍晚上映的引进片《星球大战外传：侠盗一号》在

几乎没有怎么被议论的情况下，首周票房就过了两亿。

观众为什么如此“偏心眼儿”？业内人士分析，华语商业大片崛起是最近十几年的事情，之前好莱坞商业大片已经在观众心目中确立了品牌，“好莱坞大片内容好”已经成为不少观众心目中的既有观念，对华语片的偏见确实存在，这需要华语片通过好的作品慢慢去改变。就《长城》和《极限特工3》来说，《长城》之前强大的宣传阵势以及中国观众对于张艺谋导演既有的期待值比较高，当这种期待值和影片内容形成偏差时，容易形成负面口碑。而《极限特工3》在观众中的期待值没有那么强大，观众观影之后反倒比较理性。

从华语片和好莱坞片数量上来说，华语片被骂的数量也较大。华语电影一年上映多达五六百部，影片水平当然有高低之分，而好莱坞分账大片一年引进三四十部，能够引进到中国的好莱坞分账大片，都是片商从数百部好莱坞作品中优中选优的电影，片商的标准主要是市场标准，用好莱坞最适合市场的那些优秀作品，与几百部水平各异没有经过选拔的

华语片竞争，好莱坞分账片很容易“脱颖而出”。

观众欣赏口味或纵容烂俗片大热

《极限特工3》在市场上的强势，只是好莱坞续集爆米花大片在中国市场的一个缩影。无独有偶，《生化危机：终章》以及根据游戏改编的《刺客信条》将于2月24日上映，截至2月23日18时，两片仅预售的票房已经分别达到5500万和1400万，票房火爆是可以预料的事情。“这样特效突出、动作场面热闹、故事不太复杂的爆米花影片，在中国影市很受欢迎。”济南一位影院经理在接受本报记者采访时说，喜欢这种“无脑特效片”是目前中国观众的观影习惯，“但无法说这种观影习惯或者观影水准的高低，因为商业片本身就是俗套故事和动作场景的结合体。”

多部影片目前的票房，可以从一个侧面反映中国影市观众和北美市场观众观影习惯的区别。目前《极限特工3》在中国上映两周，在北美已经上映四周，但该片中国票房是北美票房的三倍多。口碑不错的动画电影



《极限特工3》与《长城》同是爆米花大片，但中国观众的口碑却大不相同。

《欢乐好声音》目前北美票房2.6亿美元，奥斯卡热门影片《爱乐之城》北美票房接近1.3亿美元，这两部影片都属于需要一定观影门槛，在北美叫好又叫座的影片，但这样的作品在中国影市属于“场面不太热闹”的影片，两片在中国上映一周多票房只有1.1亿元人民币和1.9亿元人民币，达到北美票房已不可能。上述受访的业内人士表示，中国影市对

爆米花影片追捧的观影习惯，有可能会纵容好莱坞加速开发这种烂俗的“无脑特效片”，许多好莱坞续集或者根据游戏改编的特效片，其实在北美市场反响一般，但就像去年的《魔兽》，完全靠在中国市场相对不错的表现收回成本。直到中国观众欣赏水准提高了，看腻了这种烂俗特效片，这种情况或许才会有所改变。”

齐鲁晚报“讲文明 树新风”公益广告



传播文明之风！

倡导文明新风尚
传播社会正能量