



影市双十一与档期依赖症

方言放语

□倪自放

双十一各商家的营销套路花样繁多,李雪琴贡献了一个神思路。

“我寻思买个羽绒服,然后系统说,再买一百可以减五十,我说再买一百,然后它又说再买两百可以减一百,我说再买两百。完了又说,再买五百就可以减三百。我一听,哎呀,是不是我再买一百万元,就能减五十万元了呢。”

“一瞬间我就‘宏观’了,我就给我老板打电话,我说,天猫的优惠政策我研究得差不多了,你看啊,阿里现在市值8000亿元,根据今年双十一这个规则,四千亿元差不多能盘下来。老板说,雪琴你真是个天才呀,问题是这个四千亿元从哪里来啊?我说老板,咱有花呗啊。老板说,那咱得接多少活儿才能还上花呗?我说你是不是傻,阿里都是咱的了,你还花呗干什么啊?”

李雪琴说,一分钱不花,我白得个阿里。

虽然是调侃,但双十一营销套路确实挺费脑力的。当然,深深的套路无法阻挡火爆的购买,11月11日至11日0点30分,2020年天猫双十一全球狂欢季实时成交额突破3723亿元!

但电影市场没有双十一,不仅没有双十一的促销,影市也是明显的淡季。11月1日至11月10日,票房过亿元的只有两天,11月2日至8日单周票房仅有3.9亿元,是8月中旬以来票房最低单周纪录。

近期电影市场低迷,并不是因为缺电影,就11月9日至15日这一周来说,上映新片数量多达14部,相比电影市场火爆时单周上映新片五六部的情况,14部的数量算是非常多的了。市场低迷情况下,缺的是大片,11月9日至15日这一周的14部新片,有一定营销的仅有刘德华主演的新片《热血合唱团》,以及时隔45年后首部引进中国的巴基斯坦电影《翱翔雄心》。

放到全年的电影市场,《翱翔雄心》《热血合唱团》都不算大片,两部影片在猫眼的想看人数都不超过一万。而11月9日至15日的其他影片,有看点的并不多,许多作品类似于网络大电影的制作水准,放到市场竞争激烈时,这些影片是得不到上映机会的。

档期定在了2020年12月25日上映,易烱千玺主演的《送你一朵小红花》以及常远、李沁、沈腾主演的《温暖的抱抱》,档期定在了2020年12月31日。四部影片主演阵容有号召力,都属于大制作或者档期合适的喜剧,成为贺岁档的主打影片。

大批的影片去了2021年2月12日大年初一的春节档,包括《唐人街探案3》《紧急救援》《熊出没狂野大陆》《侍神令》《刺杀小说家》《哪吒重生》《你好,李焕英》《人潮汹涌》,这八部影片里,《唐人街探案3》《紧急救援》《熊出没狂野大陆》均属于2020年春节档未上映的影片,因疫情移动到了2021年春节档,档期延迟了整整一年。

为什么大片逃离11月份?为什么11月份电影票房如此淡?这和电影市场的档期依赖症有一定关系。

档期依赖症较早出现在电商营销领域,确定某一档期,加大概念炒作和营销的仪式感,于是有了最早的双十一,随着双十一空间的饱和,所谓的6·18、双十二也被当成新的概念,今年的双十一,则从11月1日之前就开始交预订金,无形中拉长了双十一的档期。

电影市场的档期概念,最早出现在1995年,当时成龙主演的《红番区》在中国内地元旦、春节期间上映,以其“贺岁”的概念和魅力十足的可看性,占据了当时票房的半壁江山,从此电影市场开始知道了贺岁档这个概念。1997年,《甲方乙方》取得了3600万元的票房,冯小刚正式开启国内“贺岁档”概念。再到之后的《不见不散》《非诚勿扰》《私人订制》等,冯小刚在这个档期征战20余年,前后拿下了八次档期冠军。那一时期,档期概念里只有贺岁档这一说法。所谓的档期依赖,有市场天时、地利、人和的因素,当然也有市场营销的渗透。

随着电影市场的发展,在贺岁档之外,电影暑期档、情人节档、五一档、中秋档逐渐在市场上有了名号,春节档是最近七八年才有的概念,这期间,一些小的档期也应运而生,甚至出现了万圣节档期,专门放恐怖片,还出现了专门为万圣节档定制影片,为愚人节、清明节定制影片也出现过。虽然为小档期定制的影片越来越多,现实情况却是,这些电影的质量喜忧参半。一些选择在“鬼节”上映的恐怖片徒有音效吓人的招数,却显得幼稚可笑;一些锁定情人节上映的爱情影片也显得山寨无比,让人倒了胃口。

春节档电影比12月的贺岁档强势的情况,是最近几年的一个趋势。春节档强势,来自于迅速崛起的春节假期票房。记者统计发现,2013年至2019年春节档票房,分别为7.8亿元、12.86亿元、17.97亿元、30.88亿元、34亿元、57亿元、68亿元,增速远高于年度票房。这也是《唐人街的探案3》原定档期是2020年春节档,因疫情调整后,宁愿延迟一年也要占据2021年春节档的原因,也是诸多大体量影片定档春节档的原因。

受影片的档期依赖症影响,11月份被10月份与12月份夹在中间,10月份有国庆档影片延续下来的热度,12月份贺岁档影片逐渐热起来,11月份前不着村后不着店,档期比较“凉”,大片回避这一档期,让近期电影市场略显冷清。



□李睿

近期,一档以素人为主角的真人秀节目进入观众视线,但在热度和口碑上都取得了不亚于明星真人秀的关注度——职场观察类真人秀《令人心动的offer第二季》,节目以素人职场实况+明星观察相结合的方式,记录了八名怀抱着律师梦想的法学院学生经历为期一个月的律所实习生活,争夺律所转正offer的故事。

2019年,首季《令人心动的offer》可谓职场真人秀的高光之作,播出时曾经拿下近百个热搜,豆瓣评分达到8.3分。第二季在延续第一季的律政职场题材的基础上,环境更加贴近真实职场生活,规则、考核也更加严苛,八位背景不同、性格不同的法学专业实习生们进入中国的红圈所(“红圈所”的概念指中国最顶级的律所)“君合律师事务所”,在热血和希望中开始了他们的职业生涯。

职场是残酷的,竞争、进阶是躲不开的话题,对于初入社会的职场小白来说,职场更是一条陌生又紧张的赛道。紧张严格的面试、风格不一的上司、初次踏入公司、初次接到任务……观众很容易在节目中找到熟悉感和共鸣,也可以从这些实习生身上看到当年自己刚踏入职场的影子。实习生之一的詹秋怡是第一次接触实习,在公司门口欲进又止、与人交流斟酌的样子足以感受到作为一名新人的紧张;下班后,即使完成了工作也没人敢第一个离开,“上司不走我不走”的情景十分真实。观众们在看到实习生的这些表现时难免会心一笑:“我当年也是这样的。”

如果把《令人心动的offer》看成一部普通人的职场生存图鉴有点勉强,节目组中的君合律师事务所是八大“红圈所”之一,八位实习生几乎全部来自顶级学府,其中有四人有过海外留学经历,这样的起点已经远远高于大部分人,整部综艺可以说是一部“精英阶层”的职场观察类真人秀。不过,节目中的面试、入职、工作情景都十分真实,节目也将上司们关于实习生的考量、评测标准逐一展现出来,还有场外观察团给出的评价和建议,整档节目还是具有一定的学习性的。

第一期的节目中,八位实习生第一天入职就接到了工作项目,史律师要求实习生们回复一名委托人的邮件,最开始没有规定上交文档的截止时间,直到下午6点40分,史律师告知实习生们,只有两名实习生按时上交,其余人为了将首次任务做到满意,都或多或少延迟了交文件的时间。第二天,律师们通过“时间观念”“专业能力”“职场力”“书写规范”四方面

对实习生上交的文档进行评议,讨论中给出了许多实用建议,比如“时间观念”问题,截止时间和完成质量同等重要,当上司发布突发任务时应该及时沟通截止时间;简洁明了的文字表述、文档格式可以大大提升阅读效率,非常加分。

场外观察团也是一大看点,何炅、撒贝宁再次合体成“双北”组合,幽默金句频出,大大拉满了综艺效果;从幕后走到台前的杨天真以“老板”的角度看问题,同样高情商;律师徐灵菱是上一季节目的律师,可以从专业角度评估每一位实习生;周深和范丞丞则是普通的吃瓜观众,各种反应非常有代入感。

场外观察团同样也给出了许多实用建议。实习生中的王骁毕业于斯坦福大学,节目中处处不经意间流露出“谦虚的优越感”,被网友称为“凡尔赛文学大师”,对此场外观察团也进行了讨论——初入职场应该低调还是大方承认优秀?杨天真从老板的角度回答:“这些都不重要,言行一致最重要。”节目时不时地就会冒出金句,比如“职场和学校很大的区别是专业精神比知识更重要”“写错公司或部门名称、发错邮件、忘记保存等低级错误尽量别犯”,可以称得上是一部小白的“职场公开课”了。

不过,为了综艺效果,节目也有为了制造戏剧冲突而参照剧本的嫌疑。八名实习生中,最能代表普通人的丁辉一出现便引起热议,他是所有实习生中年龄最大的,也没有顶级的学历和履历,还是上一季《令人心动的offer》中律所的律师助理,29岁为了进入红圈所“君合”而裸辞,他坦言“要是通过普通社招途径我是根本没有机会的,所以通过节目来参加,背水一战”,面试时,面试官也坦言“以你的资历根本进不了面试环节”。丁辉是面试最后一名,网友们感慨“这才有万千普通人的影子”,他与其他实习生不同,有着几年的工作经历,在首日接受任务时,他回答得非常顺利,也得到了几位带教律师的肯定,无论是场外观察团还是网友都期待他能够逆袭。可最终结果公布,丁辉依然是最后一名,他脸上的失落清晰可见,场外观察团也大感惊讶,颇有戏剧效果。

《令人心动的offer》以“呈现真实多样的95后职场群像”为立足点,节目中的实习生性格鲜明,拥有多元的教育背景,但初入职场的情景与大多数人相同,这种熟悉、有启示的题材和形式让节目更加真实鲜活,观众们可以用别人的职场状态来审视自己,找到共鸣和“心动的感觉”,这也是节目成为素人真人秀黑马的重要原因。

糖醋理娱

素人真人秀的一匹黑马