

电影《快乐到家》票房过亿元

低成本何以逆袭大片创高票房

本报记者 于帆

由湖南卫视、广东百合蓝色火焰文化传媒股份有限公司、北京乾坤星光文化传媒有限公司联合投资制作的一部宠物贺岁喜剧《快乐大本营之快乐到家》上映9天时,票房突破亿元,成为2013年上映电影中的一匹票房黑马。1月24日,片方举办了一场“中国新商业电影·倾听观众的声音——《快乐大本营之快乐到家》研讨会”,邀请影迷观众与电影业内人士交流,共同探讨了低成本影片何以逆袭同档期大片,创造高票房等现象。

制作开发适合观众的产品

其实,该片在上映之前,某网站就曾给它打分,满分10分的评分机制该片只拿到3分,评论方面也出现了上千条差评。但影片上映后9天博得上亿元票房。对此,该片导演傅华阳认为,《快乐到家》更重要的是抓住了当下观众的口味,精确找到了影片的核心受众的定位,而观众选择才是王道。

据出品方代表胡刚介绍,《快乐到家》能成为票房黑马绝非偶然。当初立项时,湖南卫视对影片的市场前景进行了详细评估,因为有快乐大本营15年的品牌保障,胡刚当时预估的目标票房是5000万元。“刚开始计划以快乐家族演员为主,小狗只是一个道具。”但导演傅华阳却受到了14岁女儿的启发,“她告诉我,她们都是看《哈利·波特》、《饥饿游戏》这些电影。如果你不能做得信息量很足、缤纷好玩,谁愿意看你的影片?”之后傅华阳在泰国找到了表演能力很强的小狗,并决定把它当成小孩来拍。

该片制片人苏志鸿认为,可以把电影作品理解为电影产品,要面向主流观众,注重年轻观众的情感体验,制作开发适合这群观众需求的电影产品,这样才能有市场。据博纳影业发行方负责人金波介绍,电影《快乐到家》在上映前就做了大量的



《快乐到家》“名嘴”云集

营销和试映,还针对会员用户做过短信调查,观众的反馈也让影院有了信心。以宠物为表现对象的电影在国外是很常见的类型片种,而在国内,这样的题材很少。

资深电影营销专家王大勇表示,影片之所以能吸引观众,营销在其中也起到很重要的作用。“以前一个观众会因为一个导演或演员去看一部电影,今天这些因素虽然还存在,但是现在的电影往往还需要一个核心价值去打动观众,观众才会去看。营销者需要帮助发掘一部电影的价值,去与最吻合的用户沟通。”

“0”沟通成本下优良的电影内容和质量

研讨会上,胡刚总结该片另一成功的因素在于,影片与观众存在“0”沟通成本,也就是说电视节目培养出来的观众延续到了电影上,这也是该片引发的众多话题之一——是否湖南卫视进军电影,有效地拓宽了电视产业的边界,创新出电视产业的经营模式?有业内人士认为,《快乐到家》的成功,可以说是湖南卫视节目打造的明星资源的一次厚积薄发。当然,也有争议认为电影不过是依靠粉丝来赚票房。在胡刚看来,因为有“快乐大本营”15年的品牌保障,而熟悉节目的观众年龄跨

度很大,所以也不能将影片拍成一个面向低龄年龄群体的片子,因此最后决定目标观众群是合家欢的观众。正如傅华阳所说:“我做的是一个寓教于乐的娱乐电影。”

实际上,从“喜羊羊”系列到《武林外传》、《奋斗》等,都是在小荧屏上成功之后转战大银幕的,而《快乐到家》则是继电视剧之后,综艺节目也成为了电影的母体资源。有专家认为,这可以作为电视“反攻”电影的一个信号,《快乐到家》让人看到了电视人在创新电影样式和拓宽产业边界上所做的尝试。

当然,研讨会上傅华阳也对影片收到的差评提出了自己的看法,他坦承影片在制作方面存在一些遗憾,由于成本问题以及制作周期方面的局限,在剧本方面还有发挥的空间。不过,这也同时在提醒业界,观众对影片的选择,关键还在于影片的内容和质量,只依靠原来电视节目的口碑和人气,从而忽略了影片本身的内涵,恐怕赚得电影票房也只是暂时的。

艺术·论坛

2013: 古装剧能否笑傲江湖

刘英

曾几何时,好友痴迷美剧,而我还坚守国产剧阵营。好友向我推荐美剧:美剧有特工有监狱有恐怖有政治,我回之一句:我们有古装剧。对,那个时候我们还有古装剧,我们既有恢弘大气的历史正剧《康熙王朝》,有诙谐搞笑、红遍亚洲的戏说剧《还珠格格》(老版),有婉约动人如诗般的《大明宫词》,也有有张有弛、充满正能量的神话剧《春光灿烂猪八戒》。随后几年,当家庭剧、谍战剧挤满荧屏的时候,古装剧几乎被挤下了舞台,直到后宫剧开始大放异彩,直到今年伊始,各电视台为观众捧出了一道道古装剧大餐。古装剧的春天来了吗?从各大卫视透露的2013电视剧播出计划来看,今年无疑将是古装剧的“大年”。可惜好花易谢,古装剧这朵“好花”能开多久,能吸引观众多久?还是来审视一下2013年古装剧交出的第一份答卷吧!

古装历史剧: 历史剧的天空

《楚汉传奇》的宣传真的把人唬住了:史上最贵电视剧。冲着那2.4亿元的巨额投资,再加上一干实力派演员的号召力,《楚汉传奇》很快便聚集了一批忠实观众。秦末农民大起义、楚汉争霸、刘邦建立汉家基业这些观众熟悉的历史演绎起来更有难度,该剧并未将那些历史中的人物一开始就定型,而是讲述了他们的成长,刘邦从一个痞气十足的小亭长成长为野心十足的汉高祖,项羽从一个冲动暴躁的毛头小子成长为霸气的英勇战神。气势宏大的战争场面也令人眼前一亮。但是如今的观众可不是那么好“伺候”,何况还有一堆“纠客”专门找茬:秦朝学童背《三字经》、村姑用

鼎洗衣服、乱民谋反用“起义”……观众似乎玩起了“大家来找茬”的游戏,一个个历史硬伤被揪出。这些还好,大部分观众可爱不留情、波谲云诡的一生的电视剧怎么看都有一种“毁经典”的感觉。更有甚者,该剧让人恍惚间有种大玉儿被甄嬛附体的错觉,人物设置,诸多桥段都极为相似。可惜,画虎不成反类犬,鲜艳而无质感的服饰、僵硬做作的表演、矫情白话的台词,大概是“甄嬛”之后再无官斗了吧!据闻,某卫视密集重播《后宫·甄嬛传》已半年有余,循环“甄嬛”却依然有不错的收视率,电视剧创作者们真的该好好思考一下了,你看,其实观众还是很有耐性的。

神话剧: 编剧应适度控制想象力

以往神话剧向来是寒暑假的常客,因为这时它们的拥趸——充满想象力且宽容度极高的青少年们开始取代妈妈们成为“沙土豆”。那部神一般的电视剧《活佛济公》已经让第一部看到了第3部,雷人雷语也雷不倒收视率,这不,第4部已经紧锣密鼓地开拍了。

后宫剧: “甄嬛”之后再无官斗

后宫剧的再度走红缘于与“穿越”题材的结合,一部《宫锁心玉》以破三的收视率俘获了一千少女心,也宣告了后宫剧的巨大市场潜力。直到《后宫·甄嬛传》的横空出世,后宫剧同时达到了“毁”和“誉”的巅峰,有人为它的精致剧情和思想深度拍手叫好,也有人罗列出其脱离历史、三观不正等“几宗罪”。

当我们感慨《后宫·甄嬛传》

大概要成后宫绝唱之时,2013年伊始,一部《山河恋之美人无泪》迎头而上。因为有《孝庄秘史》珠玉在前,这部同样讲述孝庄爱恨情仇、波谲云诡的一生的电视剧怎么看都有一种“毁经典”的感觉。更有甚者,该剧让人恍惚间有种大玉儿被甄嬛附体的错觉,人物设置,诸多桥段都极为相似。可惜,画虎不成反类犬,鲜艳而无质感的服饰、僵硬做作的表演、矫情白话的台词,大概是“甄嬛”之后再无官斗了吧!据闻,某卫视密集重播《后宫·甄嬛传》已半年有余,循环“甄嬛”却依然有不错的收视率,电视剧创作者们真的该好好思考一下了,你看,其实观众还是很有耐性的。

艺术·镜头

纪录片《春晚》国际版春节海外献映

本报讯 (记者钱力)龙年大年初一,一部聚焦春晚30年历程的5集高清纪录片《春晚》曾登陆央视荧屏,如春风乍起,荡漾了国人的情感记忆。这部纪录片,现在又有了国际版——在原有5集节目的基础上,经过美国国家地理频道制作团队浓缩精编的纪录片《透视春晚:中国最大的庆典》。该片将于2月10日(大年初一)在国家地理频道亚洲所属26个国家和地区的电视频率首播,央视纪录频道(CCTV-9)也将同步播出。

《春晚》国际版片中,既有第一届(1983年)春晚导演黄一鹤回顾往事的深情讲述,又有第30届(2012年)春晚导演哈文锐意创新的卓然风采;既有舞蹈家杨丽萍翩若惊鸿的极致之美,也有歌手李玉刚洗尽铅华后的朴素表白。透过此片,观众可以看到

华裔小伙胡启志在紧张的排练现场,偶遇从美国赶来的父母,一家人紧紧相拥的温情场面;而塔沟武术学校的孩子们付出巨大艰辛排练杂技剧《年夜饭》的场景,也展现在荧屏之上。

《春晚》国际版的制作人——国家地理频道台湾纪实节目总监李美仪说,国际版在原有5集基础上,选取了最具国际性的、海外观众最感兴趣的人物及故事,通过他们,展现了春晚的意义。

央视纪录频道总监、纪录片《春晚》总编导刘文说,当初选择创作《春晚》,不仅因为它已经成为每一个时代最具标志性的文化表达,更因为它承载了几代中国人的集体情感,而目前所见的这个国际版本,将为全球电视观众呈现出中国最大电视晚会的盛况,向世界展示这台晚会背后许许多多真实生动的中国人。

《演员于是之》春节期间播出

本报讯 (记者刘森)应广大观众要求,为了纪念人民的演员于是之,18集人物传记片《演员于是之》将于2月10日至18日在北京电视台新闻频道再次播出。

是北京人艺影视中心用了近3年时间拍摄而成。该片展示了于是之在舞台上和银幕上创造的一个个有血有肉的鲜活人物形象,同时还能让观众看到在他风光无限的演员生活背后,那不为人知的酸甜苦辣。

电影《爱情不NG》欢乐贺岁

本报讯 (记者钱力)由星美(北京)影业有限公司、北京热爱国际传媒有限公司联合出品,朱时茂执导,武亚辉制片,信、李小冉、钟欣桐、余少群联袂献演的电影《爱情不NG》将于2月10日登陆内地银幕。1月31日,片方在京举办了以“贺岁不NG”为主题的首映发布会,活动以电影《爱情不NG》的终极预告片拉开序幕,导演朱时茂携四位主演独创

“不NG Style”新年寄语给全国观众拜早年。

在“贺岁不NG”的主题发布会上,《爱情不NG》终极预告片出炉:摇滚型男形象颠覆造型百变,一改舞台上的硬汉形象,“借星上身”展露搞笑天赋;李小冉气场全开,“御姐范儿”十足;钟欣桐灵动飘逸,旗袍扮相妩媚动人,十分抢眼;余少群出人意料扮演起“剧组龙套”的角色,憨傻可爱,萌点十足。

艺术·言论

向来人们对暴发户穿金戴银嗤之以鼻,并斥之为“别以为穿名牌、住豪宅就是上流社会”。而影视圈内,“砸金”者却前仆后继,其中不乏名导名演名作。遥想当年,号称投资2000万美元的《英雄》即便保住了高票房的颜面,却失去了观众的口碑,这似乎与每一位做导演的梦想角落里总有“制作大片”的影子闪现有关,只要温度、湿度适中就会灵魂出窍出来“作祟”。既然是大片,除了号召名角云集之外,还得有挥金如土的气度。2000万美元不算什么,2.4亿元、2.8亿元的“砸金”之声更加铿锵有力。

新历的年初遇上了旧历的年底,在这新旧交替之际,影视荧屏最是乱花渐欲迷人眼。你方唱罢我登台,各个摩拳擦掌,抢占先机。其中攻势最猛的当属《楚汉传奇》和《隋唐演义》这两部号称“史上最贵电视剧”。好比拍市场上互相抬价、竞价一般,比的就是谁出的钱多。《楚汉传奇》一副信心百倍的架势,邀约老戏骨陈道明和偶像派明星何润东加盟,导演也是深具民心的高希希,上映前宣传做足了阵势,不是高希希报料剧中战争场面都是实景实拍,还原宏大历史画面,就是何润东信誓旦旦,收视率不创第一就裸奔。《隋唐演义》则摆出了不屑与之为伍的姿态,拿出单田芳做金字招牌,“砸金”量也略高一筹,以2.8亿元人民币的相对优势驶上了荧屏。

但是收视率的高下却难以“砸金”量高低而转移。言之凿凿的“史上最贵电视剧”上映几天便遭遇滑铁卢。最具戏谑效

「砸金」电视剧 掷地却无声

土木

果的是,收视率竟不及黑龙江卫视重播的《后宫·甄嬛传》。在这场新剧角逐中,网友戏称黑龙江卫视的插科打诨竟赢得了高分。不知是吐槽太多还是中途放弃,网友们将兴趣放在了各种吐槽上。台词穿越、剧情琼瑶式、节奏拖沓缓慢……大家吐槽槽为乐事,纷纷晒出自己的心得。面对观众的不买账,影视方并不“解风情”。《隋唐演义》的出品人跳出来流露一脸的无辜,直言:无法把握观众的审美,唯一可做的就是做出精良的作品。事实上,“砸金”都砸在了哪里?全副拍摄使用的6台电影国际高端的摄影器械red5.0价值不菲不说,正是加勒比海盗系列电影所采用的拍摄工具。但是同样的拍摄工具,观众却看不到丝毫与之相匹的佳作。

“史上最贵”并不是一杆魔棒,点石成金的功力尚不在“最贵”,而应花费精力与时间从内容上细细打磨。1987版《红楼梦》为何永驻人们心头成为经典之作,靠的不是演出阵容的庞大,也无关制作费用的充裕,光拍摄就花去了3年的光阴,拥现在有谁能有这样的毅力与耐心。所以,抓住观众的心其实并不难,他们不需要噱头,更不管贵贱,他们需要的尺度只有一个,那就是好看。



▲《楚汉传奇》剧照

▲《隋唐演义》剧照

