

“张震讲鬼故事”搬上银幕,据说要连拍十部

# 国产恐怖片,想说爱你不容易

本报记者 于帆

谈到时下的国产恐怖片,有影迷这样总结:“世界上的恐怖片分两种,一种是恐怖片,一种是国产恐怖片。前者让人惊悚尖叫,后者让人只想退票。”

但即便观众对国产恐怖片如此吐槽,投资方依然十分青睐这种类型片。近日,由李冰冰担任监制、任泉任制片人、张翰等人主演的系列大电影《张震讲鬼故事》在北京举行发布会。深夜电台节目主持人张震的“张震讲鬼故事”系列曾陪伴许多人度过大学时光,此次李冰冰和任泉计划连拍十部这一系列作品,让很多人表示“震惊”——观众对国产恐怖片都失去信心了,为何还有人愿意花大手笔投拍?

## 恐怖类型电影有着固定观众群

虽然恐怖片难登大雅之堂,但作为一种类型片,它有着一批忠实的观众。

影迷瑶瑶告诉记者,之所以喜欢看这一类型的电影,原因在于可以借电影释放压力,寻求刺激的感觉。另外,恐怖片满足了自己的某种好奇心:虽然知道现实中没有鬼怪,也害怕鬼怪,但总想通过电影这种方式去接近这不真实。

实际上,投资方看重的也是此类影片的主要观影群体——青少年,这也是为什么大多数此类影片会选择在暑期档上映,因为那时大量放假的学生会涌到影院观看影片。

任泉在接受采访时曾表示,他们之所以会投资《张震讲鬼故事》系列电影,是因为恐怖片还是有一定粉丝基础。“我们在投资之前做了一番调查,大家都对这个系列表现出很浓厚的兴趣。”

曾执导过惊悚恐怖电影《花咒》的导演李克龙告诉记者,当下恐怖片之所以受到投资方的青睐,主要是因为相对固定的观影人群。“由于拥有固定的观影人群,投资风险小,目前还没有听说哪部恐怖片票房低到血本无归。”李克龙说。

当然,不会血本无归不等于不赔钱,但李克龙认为至少有30%的恐怖片在赚钱,这样的比例在其他类型片中是做不到的。

以市场案例来看也充分说明了这一点。2011年暑期档,杨幂主演的《孤岛惊魂》以不到500万元的成本,创造出了9000多万元的票房,打破了国产惊悚类影片票房纪录。该片虽然被众多影评人和影迷评为烂片,但投资和回报的巨大反差却让不少投资方发现了新的投资方向。之后,《笔仙》、《密室之不可告人》、《荒村客栈》等多部小成本恐怖片票房均达数千万元,2014年上映的《京城81号》(又名《朝内81号》)成本仅4000多万元,票房却达到了4.11亿元。



2014年讲述朝内81号的前世今生

京城81号

## 恐怖片=烂片? 剧本需认真打磨

很长一段时间以来,观众对国产恐怖片的评价都不高,更有观众将其戏称为山寨脑残片。即使是像《京城81号》、《封门诡影》等获得了不错票房成绩的作品,在一些电影评分网站上的打分也相对较低。

影迷瑶瑶虽然喜欢看恐怖片,但是对国产恐怖片却“不感冒”。“国产恐怖片基本上看两眼就再也看不下去了。”瑶瑶告诉记者,“剧本太差,看5分钟就知道剧情会如何发展。另外恐怖片效果太差,化妆太夸张,缺乏美感。不然就是靠声音制造恐怖氛围,缺少吸引观众推理的观影过程。”

在李克龙看来,当下国产恐怖片的剧情烂、内容模式化严重的原因还是要归结到“回报率”上。因为投资小,门槛低,很多投资方以为拍了就会赚钱,因此制片方会选择青年导演以及新的制作团队来拍摄影片。李克龙向记者表示:“不是青年导演选择拍恐怖片,而是低成本恐怖片只能选择新团队来控制成本。”但不成熟的团队在制作上以及影片制作上难免存在一些问题。

近期上映的恐怖片《封门诡影》,成本仅300万元却获得2600万元的票房成绩,在该片制片人姜岱看来,电影的成功

归功于剧本的不断打磨,他表示:“剧本准备不充分会影响影片的整体质量。”姜岱透露,《封门诡影》的剧本创作花费了三四个月,其间几易其稿,编剧也换了好几个,最后一版是由三个编剧合作完成。“好的剧本会给演员信心,给导演信心,给投资方信心。有人认为一部电影制作关键在于导演,我认为更重要的在于剧本。”姜岱说。

## 从创作到宣发,各环节有待突破

国产恐怖片普遍给观众造成“太假”“故事俗套”的印象,除了因为在编剧上存在粗制滥造的情况之外,还有一个很重要的原因——国内恐怖片还面临着严格的审查。这也是李克龙、姜岱谈及恐怖片创作过程中一个无法回避的问题。

李克龙告诉记者,在我国,电影管理条例中,对影像中的暴力、色情、灵异元素有明确限制,在国内的恐怖片里,不能出现真的鬼。限于拍摄题材的限制,国产恐怖片只有恐怖噱头,并不真正恐怖。“在编剧上无法放开手脚,只好故弄玄虚,恐怖片创作多停留在吓人的阶段。但一来二去,观众对这类影片感觉大同小异,也就乏味了。”

李克龙坦承,本来自己打算筹拍《花咒2》,但是考虑到对恐怖片题材的限制,他感觉如果将其他侦探等元素融入



封门诡影

恐怖片,离自己原来的创作初衷比较远,于是他选择暂时放弃这部电影的拍摄。在李克龙看来,提升国产恐怖片的质量,很大程度上需要在题材限制上进行突破。

不过,在姜岱看来,审查制度对于恐怖片创作肯定会有影响,但不是至关重要的。以《封门诡影》为例,首先在剧本上把关,其次在宣传物料上注意细节。姜岱着重介绍了该片的一张海报,上面呈现的并非电影片名,而是在设计上保留了“封门”,把“诡”字变成了鬼神的“鬼”,而这个“鬼”字是在众多字体中专门选择呈现出来的,由于突出了这个“鬼”字,反而吸引了很多对这类题材好奇的观众。因此,姜岱认为,国产恐怖片其实是在宣发方面使用一些小技巧的,可以让营销更简单、更直接。

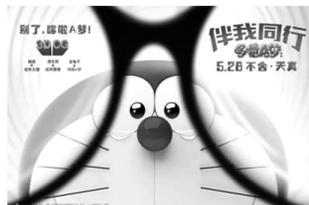
另外,据姜岱介绍,为了配合影片的宣传,在上映期间,片方在45家影院搭建了鬼屋,令观众身临其境,也收到了良好的宣传效果。在姜岱看来,这些都是配合恐怖片直接有效的宣传方法。

并且,姜岱认为,利用地域恐怖,像“封门村”“朝内81号”这些现实存在的地域,实际上也可以成为恐怖片电影创作一个很好的IP。同时,姜岱也表示,日常生活中其实就存在很多惊悚、充满恐怖的故事,这些都可以作为恐怖片的题材,而故事,才是恐怖片最大的卖点。

## 一周影话

### 如何把动画片卖给成年人看?

日本3D动画电影《哆啦A梦:伴我同行》5月28日上映以来,3天累计票房1.48亿元,累计观影人次422万。影片首日票房2686万元,位居动画电影首日票房榜第7位,并于5月30日凭借8365万元的成绩刷新内地市场动画电影单日最高票房纪录。



动画电影是日本影片的强势类型,然而进入中国市场一直水土不服。纯日本地区制作动画电影在内地票房最高不超过3000万元人民币,多部知名动画系列电影均折戟沉沙。此次《哆啦A梦:伴我同行》成功赢得中国市场,“蓝胖子”凭什么俘获了中国观众的心?(来源:艺恩网)

评:来自日本的“蓝胖子”为何轻易俘获了中国观众的心?不得不提到该片精准的对位营销,瞄准当代电影主力消费群体“80后”“90后”,找准了“陪伴、怀旧、眼泪”几个关键词。像宣传语“528给自己一个儿童节”的微博话题营销,“春风十里不如猫,干了这碗铜锣烧”等充满人情味的宣传,令影片的情感元素赢得共鸣,带动了一大批成年观众进影院捧场。

### 中国成好莱坞烂片翻身沃土

外媒称,美国迪士尼公司主打电影《明日世界》在北美遭遇开局不利后,其主管对中国市场寄予厚望,以期减少这部斥资1.9亿美元打造电影的亏损。由于中国市场的规模和迅猛发展及观众的观影喜好,中国已成为好莱坞某种新的保障手段。报道称,中国观众经常与全球潮流背道而驰,有很多在其他地区反应平淡的影片在中国却获得了高票房。比如,《环太平洋》、《极品飞车》和《云图》等多部电影都在中国打了漂亮的翻身仗。(来源:《环球时报》)



评:外媒有批评者认为,好莱坞正在“出卖自己”赢得中国电影市场。这是指为了市场份额,好莱坞对有意推向海外市场的电影进行修改,以适应当地需要。实际上,这也无可厚非,好莱坞向来关心盈利情况,所以对于中国市场兴起的这种反应其实是寻常之举。当然也不要小瞧了中国观众的口味,如果真是一部地地道道的烂片,中国观众也未必会买账。

### 李雪健无缘白玉兰提名遭质疑

第21届上海电视节四大单元入围作品近日公布。电视剧《嘿!老头》凭借不俗的口碑获得最佳电视剧、最佳导演、最佳男主角等奖项提名。然而唯独在剧中出色演出的李雪健未有获得提名。《嘿,老头!》是李雪健阔别电视荧屏多年后的回归之作,剧中他饰演了一位患上阿尔茨海默症的老父亲。为此李雪健的老伴公开提出质疑。一石激起千层浪,观众纷纷为李雪健抱不平。就连以“专业”立身的“白玉兰奖”也遭遇质疑,专业性奖项的“专业性”去哪了?(来源:新浪娱乐)



评:其实,国内影视圈、音乐圈各种奖项的公信力一直饱受诟病,打着各种“国字头”“专业”旗号的奖项早已成为各利益方相互追逐、妥协的“人情奖”“关系奖”。付出和努力缺少了专业的肯定,是创作个体的遗憾,也在某种程度上“助长”了唯票房论、收视率论的猖獗。公众不仅是为李雪健要奖,也是想要一个“清清白白”的“白玉兰”。

(素淡 整理点评)

## 影音资讯

### 2015网络综艺节目行业论坛在京召开

本报讯 (记者于帆)6月3日,“视频进化论”——2015网络综艺节目行业论坛在北京举行,近百家公司,200余位内容创作者共聚一堂,共同解读近年异军突起的网络综艺浪潮。

论坛上,有嘉宾表示,相比传统的电视综艺,网络综艺的盈利方式更加多元化,在传统的版权、广告的销售基础上,可以增加用户收费、广告植入、IP衍生品开发、品牌推广等收费方式,实现线上、线下打通的O2O模式,具有更大的想象空间。

艺恩咨询数据显示,从2013年起,网络综艺数量一直保持快速增长,五大主流视频网站2014年全年累计开通约150档综艺节目,同比增长率高达200%。包括《奇葩说》、《爱

上超模》在内的网络综艺凭借对网络热点的及时捕捉、对网民喜好的精准把握成功脱颖而出,引起业界广泛关注,让人们开始正视网络内容的价值,并思考如何创造及投放更多迎合网络受众的综艺节目。

“相比传统综艺,网络综艺表达更直接、参与感更强、对象也更年轻。”爱奇艺节目开发中心总经理姜滨表示。论坛上,爱奇艺发布了网络综艺开放型合作模式。据姜滨介绍,爱奇艺网络综艺的开放型合作模式将贯穿创意诞生、联合开发、共同生产、多渠道变现等各个环节,承担起网络综艺“地产开发商”的角色,嫁接内容团队与平台用户,帮助制作机构生产出更符合互联网属性的纯网综艺节目,同时带来更大的变现空间。

### 《再见我们的十年》6月登陆院线

本报讯 由新锐导演子小号执导,刘芸、郭家铭、Mike隋及潘霜霜等联袂主演的青春电影《再见我们的十年》已定档6月12日全国上映。近日,片方公布了一版人物关系海报,刘芸化身高冷女上司,欲把郭家铭、Mike隋与其十年的回忆绞碎。

电影讲述的是一对恋人相爱十年分开又偶遇的故事,十年前爱情和事业的权衡让两个人彼此产生了隔阂,十年不见彼此都有了新的生活。选择现实还是听从内心的呼唤,成为了

他们共同纠结的难题。导演子小号在接受采访时表示,十年对于大部分“80后”来说是一段不可复制的回忆,我不想只打伤感牌,而是将一段有笑有泪、有选择有挣扎的十年青春展现给同时代的观众。

影片《再见我们的十年》由北京时代影响力影视文化有限公司、禾木恩泽文化传媒(北京)有限公司、优美力创(北京)文化传媒有限公司及北京荣影文化传媒有限公司联合出品。(宗末)

## 有话就说

# 印度“神片”戳痛了谁

冷万欣

来自星星的“醉汉”最近着实在中国各大院线火了一把。电影《我的个神啊》凭借“印度刘德华”阿米尔·汗的精湛演技和直面社会矛盾的切入点,短短数日之间,俘获国内各大媒体、影迷和众多影迷的“芳心”,首周末3天票房就达到3260万元,刷新多项纪录。

很多观众在观影后不仅自觉点赞,口碑相传也让这部影片的排片率逆势上涨,成为5月院线黑马。笔者此间也通过朋友的力荐,赶午夜场看了这部印度“神片”。影片的剧情是老套的喜剧爱情故事:一位迷失在地球的外星醉汉,爱上了找他解决问题的女人,最后帮她找回了爱人,然后回到自己星球的故事。但因被上了外星人的“外衣”,再加上一些宗教问题和价值观的讨论,引人深思、发人深省。有网友留言直呼“哭晕在座位”。

喜剧往往最难博得一致好评的口碑,《我的个神啊》成功的关键,是在片中勇于揭开印度宗教纷繁复杂的现状,把笑点、泪点和观点融为一体。在宗教文化盛行的印度,拍一部这样的电影并顺利上映,甚至销往海外,其难度可想而知。

这种嬉笑怒骂之间让观众收获感动、欢笑、泪水和思考的电影,即便起点不高,也不愁没有市场和票房。相较之下,中国电影产业虽然票房持续走高,却是鲜有佳作。每次对于上映影片的评价,观众、影评人都褒贬不一,呈现两极分化。部分导演只着眼于电影的商业属性和娱乐大众的功能,往往造成票房大好却观众大骂。

虽然拥有无限票房潜力和巨大消费市场,中国电影产业拿得出手的好作品实在少之又少。很多卖座的喜剧电影往往一笑了之,难有戳中泪点、引人深思的点睛桥段。不是中国电影产业缺少好的导演,更不是电影行业缺少好的故事,中国电影缺少的是敢于面对社会矛盾,唤起观众共鸣的诚意。偌大的中国电影市场,却只有票房一个指标衡量电影的好坏,这显然是不健全的。

整个产业氛围都一味地沉迷于追求票房和上座率,这样的经营状态和发展氛围都不是电影产业可持续发展的长久之计。作为电影的制作者、观众以及监管者,都有责任帮助中国电影产业发展壮大。作为电影人,需要执着于信仰,每一部电影,都是呕心沥血的作品,快速吸金的产业模式往往会摧毁电影人拍摄好片的信心,在这种环境之下,更要坚定信念,

中国不缺少能驾驭“社会矛盾”的电影人,而是缺少有耐心去驾驭的电影人。

作为观影者,则需要有衡量电影好坏的能力。电影除其商业属性外,更重要的是其自身的文化属性。观众为粗制滥造的吸金电影买单,就是在践踏自己的底线。长此以往,观影就成了生活方式,而非艺术享受,有害无益。

作为文化市场监管部门,同样有责任规范电影产业,使其良性、健康和可持续发展。除开电影产业,国产电视剧同样饱受国人诟病,“抗日神剧”等影视作品,让人不忍直视,对于青少年的成长影响极大。总体而言,影视产业都亟待监管部门的约束和管理。

一部好的影片可以影响一代人,而好的影片需要好的产业环境作为培育的土壤。只有真正净化国内电影市场环境,才能拍摄出更多叫好又叫座的电影作品,实现电影产业的良性发展。



阿米尔·汗在中国已是很多人熟知的国际巨星,可能大家对《我的个神啊》的导演拉吉库马尔·希拉尼并不是太熟悉。如果说阿米尔·汗是“印度刘德华”,拉吉库马尔·希拉尼就是“印度宁浩”,是宝莱坞最擅长喜剧的鬼才导演,以编剧身份入行的他曾经打造过很多热门电影的剧本,导演作品不多却部部经典,2003年执导的《黑帮大佬医生梦》和2006年执导的《黑帮大佬和平梦》,讲述的都是大佬跨界职场圈的有趣故事,叙事手法和黑色幽默的娴熟使用,和宁浩的“疯狂”系列颇为相近,在印度备受欢迎。2015年,两人再度合作《我的个神啊》,不仅制作华丽升级,喜剧元素更加丰富,题材也是更大胆犀利,通过一个外星人在地球的奇幻旅行,对印度的宗教文化进行了深刻的探讨,得到了全球观众的喜爱。