

# 电影片名观察： “字数”背后没那么简单 好片名应是“一字千金”

■文/本报记者 赵丽

观众走进电影院之前,在不知电影剧情的情况下,如何第一时间选择观看哪部影片?

一定意义上说,片名就像电影与观众接触的“第一道门”,或者说其作用就像是一部电影与观众的“媒人”。在电影的宣传过程中,好的片名在充当着“广告”作用的同时,也为打造电影品牌和实现高票房做准备。

显然,片名的重要性不言而喻,甚至和主创阵容“平起平坐”,是需要经过反复调研和琢磨才得出的智慧结晶。从某种意义上来看,片名的好坏能直接影响票房收入、市场价值和品牌构建。

	1字	2字	3字	4字	5字	6字	7字	8字	9字	10字	11字	12字及以上
2014年	0	37	21	91	36	21	30	11	8	7	3	6
2015年	1	30	32	99	62	19	21	17	10	4	4	5
2016年	2	30	48	117	57	24	30	21	21	13	3	5
2017年	0	28	46	135	67	25	28	14	10	9	2	1
2018年	4	23	45	139	68	23	23	20	11	5	3	3
2019年	1	30	47	143	77	25	32	12	11	8	3	6
2020年	1	18	28	88	33	19	18	12	2	4	0	4
2021年	0	43	31	155	75	31	37	17	14	7	4	3
2022年	0	12	11	33	21	16	13	5	3	1	2	1
总计	9	251	309	1000	496	203	232	129	90	58	24	34

## ◎四字片名“短小精悍”最“受宠”



记者以灯塔专业版的数据作为主要数据来源,梳理了2014年至今年6月10日的国产电影(院线上映且有票房数据的影片)片名数据,发现大多数国产电影青睐于“短小”精炼的片名格式。

在上映的近3000部国产电影中(不完全统计),四字片名最多,达1000部,占到了三成以上,如《流浪地球》、《红海行动》、《悬崖之上》、《烈火英雄》等;紧随其后的是五字片名影片,为496部,比如《你好,李焕英》、《奇迹·笨小孩》、《我不是药神》、《夏洛特烦恼》、《羞羞的铁拳》、《西虹市首富》等;三字片名也有309部,最为大众熟知就是《长津湖》,其57.75亿元的成绩稳占中国电影票房榜首。

最少使用的是一字片名,仅有9部,而在近10年,也只有《影》和2012年钮承泽执导的《爱》获得了过亿票房,其中,被

大家熟知的《影》收获了6.29亿元。

根据数据发现,悬疑罪案类电影更偏爱二字片名,比如《魔警》、《扫毒》、《寒战》、《误杀》、《除暴》、《缉魂》、《雪暴》、《无双》、《追龙》、《追捕》、《破·局》、《缉



枪》、《危城》、《谜城》等。其中,由周润发、郭富城主演的《无双》斩获12.73亿票房,刘德华、甄子丹主演的《追龙》也获得5.77亿票房。

其实,在“二字片名团”中,导演林超贤可以说是“二字诀”的拥趸,从之前的《证人》、《线人》到2012年的《激战》、2013年的《激战》,再到《魔警》,坚定地走着“二字”路线。对此,他说,“我对片名最重要的考虑就是希望有一个简洁的名字,片名最重要是容易记住。”在林超贤看来,“一个片名,要么有话题性,要么能很清晰地将影片的主题、特色讲出来。”银都机构一位负责人表示,虽然不少合拍片、悬疑罪案片选用二字片名,但是两个字的片名也并不好取,“比如《风暴》、《扫毒》很好记,但不好的一点在于,在搜索关键词时,被混淆的信息比较多。”

在近五年(2017年—2021年)国产影

片年度票房前十名榜单中,涵盖了从二字片名到八字片名的影片,二字片名有《夺冠》、《八佰》、《除暴》、《误杀》等6部,三字片名有《长津湖》、《金刚川》、《攀登者》、《狙击手》等9部,五字片名有《你好,李焕英》、《羞羞的铁拳》、《我不是药神》等9部,六字片名有《我和我的祖国》、《我和我的家乡》、《我和我的父辈》等6部,七字片名有《哪吒之魔童降世》、《穿过寒冬拥抱你》等5部,八字片名有《我在时间尽头等你》、《三生三世十里桃花》等两部。

在这个榜单中,仍是四字片名最多,达15部,比如《流浪地球》、《中国机长》、《中国医生》、《悬崖之上》、《红海行动》、《烈火英雄》、《乘风破浪》等,这15部电影票房共计258.83亿元,接近2014年的全年票房(296亿)。

对四字片名尤为偏爱的电影人,不得

不提导演王家卫。他所执导的电影作品片名几乎都是四个字,如《旺角卡门》、《阿飞正传》、《重庆森林》、《东邪西毒》、《堕落天使》、《春光乍泄》、《花样年华》、《蓝莓之夜》、《一代宗师》等。

在青年导演中,韩寒对四字片名也青睐有加,在他执导的影片中,片名也几乎都是四字,如《后会无期》、《乘风破浪》、《飞驰人生》。

其实,中国人对四字结构的偏爱可追溯到《诗经》时代,描写相思之情的“青青子衿,悠悠我心”,“所谓伊人,在水一方”;表达誓言的“执子之手,与子偕老”等。现在被大家信手拈来的成语,都是历代沿用下来的大量四字结构,凝练精短而寓意丰富。

四字结构是经典自然的语言使用习惯,而偏向欣赏推崇传统美学风格的王家卫导演,自然用起来习以为常。

## ◎爱情电影趋向长片名引发争议和思考

从今年“情人节”档开始,国产爱情片成为市场上的主要类型。《十年一品温如言》、《不要忘记我爱你》、《好想去你的世界爱你》三部影片在“情人节”当天上映,首映日分别取得了1.43亿元、4680万元、5870万元的票房。随后,又陆续上映了《世界唯一的一个你》、《只属于我们的一天》、《可不可以你刚好喜欢我》、《如果有一天我会离开你》、《我是真的讨厌异地恋》等爱情片。其中《可不可以你刚好喜欢我》由《比悲伤更悲伤的故事》制作班底推出,相比前作近10亿的票房

成绩,《可不可以你刚好喜欢我》并没有复制前作的好运,票房近1600万元。

值得注意的是,现在上映的这些爱情片的片名多在七字或七字以上,有的甚至达11字。不少观众认为这些片名过于口语化,“太专注于情绪表达”。

根据不完全统计,2014年七字及七字以上的长片名有65部;2015年61部;到了2016年,长片名达93部,其中七字有30部、八字九字均为21部,十字也有13部;2017年64部;2018年65部;2019年72部;2020年40部;2021年82部。

这样的趋势也延续到了今年,截至目前七字及七字以上片名也有40部。

通过梳理,不难发现,注重情绪表达的爱情片采用长片名的情况越来越多。

爱情电影,本身就是传达强情绪的影片类型,尤其近年来根据网络大IP改编、迎合“网生代”年轻观众群审美趣味的爱情片。所以,也不难理解,近两年爱情电影的取名策略——更加注重情景和情绪,从策略本身来说是一种合理的选择。

但是从观众视角尤其非核心受众群的“路人观众”来看,大量传达情绪的片

名,其实是没有区分度和记忆点的,缺少了故事向、人物向等片名作为对比,情绪向片名的高频出现,反而失去了原本的价值,对更为广大的陌生观众“很不友好”。

其实爱情电影选择传递情绪的片名并没有问题,如果能够避免短句类片名观众记忆度低的问题,多用一些双关的巧思,仍然能够达到情绪传达和记忆点建立的目的,比如说《你的婚礼》、《后来的我们》,都是具有双关设计的案例,也很好控制了片名的字数,是能够让观众

记得住的且能感受到绵延情绪的好片名。

在中国电影评论学会会长饶曙光看来,取电影片名是一个“技术活”,需要更多的智慧和想象力。“爱情片的片名越取越长,可能一开始也是想要以差异化能够引发观众的注意力,但大家一脑洞越取越长,那种吸引对观众来说可能就没了,那种差异化、独特性也失去了对观众的吸引力。”

(下转第4版)