

电影《我的小丑爸爸》开机



本报讯 10月10日,电影《我的小丑爸爸》在河北省廊坊市小荷花剧场开机。该片由马建军导演,薛翥、马建军联合编剧,北京虹合影业有限公司、河北电影制片厂、河北省企业文化协会、山西新闻传媒集团有限公

司、吴桥美艺文化传媒有限公司联合出品。开机仪式上,制片人姜剑英、张勇、张力,导演马建军,编剧薛翥,监制吕德亮,摄影指导朱存阔,美术指导丁东等主创团队成员悉数亮相。导演马建军表示:“小丑是世

界范围内经典的文化符号,不仅在国外,在中国也深受广大观众的喜爱。《我的小丑爸爸》是国内第一部以小丑为主角的电影,我们希望通过这部影片,让观众在欢笑中体验温情与感动,找到生活的意义。”

该片由张天其、田诗雨、陈美希领衔主演,方青卓、张潮、马杰等实力派演员特别出演,张冬、尹亚森、艾利玛、兰涌、李静宇、徐世交等联合主演,他们将共同演绎一个关于欢乐、治愈、爱与牺牲的故事。仪式现场,演员们也分享了他们对角色的理解和期待。张天其表示:“王鸣这个角色非常具有挑战性,他不仅要表现出小丑的幽默感,还要展现出一个父亲的责任和担当。”田诗雨则表示:“笑笑这个角色让我深受感动,她的故事充满了正能量。”

据悉,《我的小丑爸爸》由三河市素美影视传媒有限公司、北京心视新影星文化传媒有限公司、北京主旋律电影集团有限公司联合摄制。影片将主要在河北省取景,国家级非物质文化遗产之一的吴桥杂技也是该片的亮点之一。(支乡)

《浴火之路》肖央赵丽颖联手“做局”默契十足

本报讯 由五百执导,尚可编剧,肖央、赵丽颖领衔主演,刘烨特别主演的电影《浴火之路》近日发布“仙人跳”片段。

片段中,伴随着轻快的背景音乐,时隔三年再次见面的崔大路(肖央 饰)和李红樱(赵丽颖 饰)合伙做局,重操“仙人跳”旧业,以顶级默契引大款昊哥(陈明昊 饰)乖乖上套交出钱财。李红樱一袭红裙惊艳亮相,坐在镜前精心打扮静待大款到来;而早就对妻子心怀不轨的大款欣然赴约,手持鲜花一路哼着小曲直奔妻子家门口,急不可耐的心情溢出屏幕,一句“我来晚了”更是难掩幸福之感。待道貌岸然的大款如愿上钩后,门外伺机而动的崔大路一手斧子、一手相机破门而入,拳打脚踢中成功将照片作为“证据”勒索大款,手拿四万八现金扬长而去,只留下鼻青脸肿的好色之徒在原地黯然神伤,其狼狈下场令人忍俊不禁也直呼过瘾。崔大路和李红樱一个当饵、一个收网,游刃有余中配合得恰到好处;两位深藏不露的狠人有勇有谋达到目的,怀揣着坚定决心继续他们的寻子打拐之旅。

影片以生猛笔触描绘寻亲父母对反派



子的绝地反击,别具一格的爆裂打拐和极致畅快的爽感情绪引发了各大社交平台网友的热议,不少观众被三位狠人父母主动出击人贩的勇气深深折服,感叹“和以往打拐题材电影不一样,这才是类型片该有的样子,很爽很解气”“是一部让人血脉喷张,包裹人性温暖的暴力美学作品”“很难得寻子片拍出这种蛮荒中的情义味道,很有血性,看得

过瘾”;片中反派结局“恶有恶报”的呈现也获得点赞,肯定这种“丧尽天良的人贩子自食其果”“美好愿望在电影世界中实现”的善恶价值观,也让人“重新点燃希望,看到人性光辉”。

截至10月13日,《浴火之路》累计票房达4.13亿元。

(影子)

《熊猫计划》特别放映活动走进北京航天城



本报讯 动作喜剧《熊猫计划》近日发布“欢乐超‘疯’”小剧场,成龙、魏翔、史策上演高能“飙车”戏致敬经典,引发成龙影迷的回忆。导演张栾,领衔主演韩彦博带着对航天人的敬意,于近日在北京航天城参加了特别放映活动;映后与现场观众的走心交流,让影片所传递的“保护国宝”主题再度升温。

电影新发布的“欢乐超‘疯’”小剧场通过一场荒诞又惊险的车戏,将成龙一贯的动

作喜剧与魏翔、史策两人独特的喜剧风格融合在一起,碰撞出不同的火花。主战场上,Jackie Chan(成龙 饰)跟雇佣兵詹姆士(马铁摩 饰)正扭打在一起,而另一旁的经纪人大卫(魏翔 饰)临危受命,从说明书入门学起了开叉车。正所谓“新手上路无所畏惧”,惊人的车技连Jackie见了都要避让三分,好在最终还是有惊无险地突破重围,救Jackie与苏小竹(史策 饰)和熊猫呼呼于水火之中,随之响起的改编版《歌声与微笑》虽然出

乎观众意料之外却又十分应景,给这一段紧张刺激的动作戏增加了不少笑点。

10月11日,电影导演张栾和领衔主演韩彦博走进北京航天城参加特别放映活动,把影片献给各位航天人。映后交流现场热闹非凡,可爱的熊猫呼呼深受孩子和家长们朋友的欢迎,许多小朋友冲向台前与主创们热情互动,一时间活动现场仿佛变成儿童乐园。

谈到选择喜剧题材呈现熊猫故事的原因,张栾表示:“就是为了让观众可以轻松的笑,不管是小朋友还是我们这些大人,都有快乐的权利。所以我们就想给观众带来99分钟的纯粹快乐。”活动最后,主创也分享了自己最真挚的感受,张栾提到:“《熊猫计划》与我们的航天事业有着共同的精神内核,那就是关于爱、责任和梦想。各位航天人为了热爱的科技梦想和国防事业默默奉献;而电影也是传递者守护国宝的主题,并且致力于将优秀的民族文化传播到世界各地。”韩彦博也走心回应:“虽然电影故事是虚构的,但传递的感情与价值观是实实在在的,看到这么多为国家科技事业和国家安全做贡献的航天人,作为一名中国电影人我很骄傲。”(影子)

《捆绑上天堂》发布“情与爱”版预告

本报讯 由霍昕执导并编剧,倪妮、周游领衔主演,廖凡特别出演的情爱电影《捆绑上天堂》近日发布“情与爱”版预告与海报。预告中,夏优(倪妮 饰)一袭红裙燃起烈火,捆住徐子泰(周游 饰)的双手双脚,用强烈的反差感攫住观众的心神。随背景女声极具节奏感的低吟浅唱,属于这对痴狂男女的故事展开,唯美的乡村小路,随步调摇摆的荷叶,诉说着宁静与美好;充满喘息声的昏暗房间,氤氲着浓厚水汽的冰柜,撕扯着现实和命运。

在电影之外,来自观众们的认可更传递着最真切的感动。在第72届圣塞巴斯蒂安国际电影节,电影《捆绑上天堂》一举

斩获“费比西国际影评人奖”及“最佳摄影”双奖,欧洲首映现场1600余人放映厅座无虚席,映后掌声如潮一分半钟不曾停歇,“一部关于爱欲、迫在眉睫的死亡和爱情的复杂传奇,视觉诗歌。”“它展示了深厚的爱,恳求你相信爱即生命,深受观众的喜爱。”“诗意的摄影,令人称赞,节奏舒适,无限接近惊艳。”“电影主创们力求情感真实,这得益于主演们的出色演技”……诸多来自国际媒体和影迷们的感叹纷至沓来,让喜爱与肯定萦绕在属于电影人的天堂。

在“费比西国际影评人奖”颁奖词中,国际影评人盛赞《捆绑上天堂》是一部“杰

出的导演首作”,“影片有力地展现了无畏、死亡和欲望的主题,不仅在表演和导演方面十分出色,还具有氛围感十足的摄影、强有说服力的剪辑和令人回味的声音设计”,字里行间显示出了国际影评人协会对影片的高度认可。主竞赛单元“最佳摄影奖”的殊荣更代表着国际电影行业对于电影画面和美学的强烈赞美。

该片由上海拾谷影业有限公司、北京阿里巴巴影业文化有限公司、上海陵光影业有限公司出品,霍昕执导并编剧,倪妮、周游领衔主演,廖凡特别出演,将于11月1日全国上映。

(影子)

儿童片如何做到“叫好又叫座”? ——以《踢出个未来》为例

■文/刘汉文 邹洪辉

9月28日上映的儿童片《踢出个未来》,以湖南省常德市石门五小足球队的真实事迹为蓝本,通过光影交织,展现了一群农村孩子在足球教育资源匮乏的条件下,披荆斩棘,勇敢逐梦的励志成长故事,彰显了我国家儿童有志向、有梦想、敢奋斗的时代精神。该片由湖南万一文化有限公司等出品,青年导演刘宁执导,荣获2024“金童象”儿童电影节“深受孩子们喜爱的年度优秀影片”荣誉。然而,截至10月12日,该片累计票房约120万元。这样的票房成绩不得不使人深思:这部儿童片为何没能成功“出圈”?

根据观众对影片的观影反映以及影片文本和营销情况来看,笔者将该片的不足之处归纳为以下几点:

其一,主题表达过于同质化,未能推陈出新。《踢出个未来》作为一部儿童影片,积极弘扬了新时代儿童发展应遵循的价值理念,传递了良好的时代精神,能够激发儿童奋力拼搏,勇敢逐梦的动力。但“热血逐梦,励志成长”这一主题在儿童影片创作中似乎已经成为一道“家常菜”,与此主题类似的影片还有不少,如《骄傲的少年》(2020)、《点点星光》(2021)、《黑鹰少年》(2022)、《八角笼中》(2023)、《破冰少年》《屋顶足球》(2024)等。这些影片除《八角笼中》外,大都未能获得良好反响。

此类影片在主题表达上比较套路:人物有梦想但现实差距太大一身体或精神受挫一通过外界帮助和自我奋斗一完成梦想。这种套路化的设置容易让观众一看开头便知道结局,给人一种索然寡味之感。《踢出个未来》基本上没有跳出这个套路,存在着主题表达同质化的问题。把这部影片与今年4月上映的《屋顶足球》做对比,不难发现其主题、人物以及矛盾设置的“雷同”之处,未能充分满足观众的审美期待。

其二,情节设置不切实际,缺乏生活质感。《踢出个未来》因其情节设计生硬牵强,细节处理不够严谨,从而使影片缺乏生活质感。车尔尼雪夫斯基说过,艺术来源于生活更高于生活。在《踢出个未来》这部影片中,许多情节设置过于理想化,如退伍军人为足球教练的身份设定,见义勇为、英雄救美的情节安排,使影片呈现出一种不切实际之感。影片中教练的情感故事遭到不少观众“吐槽”。有观众评论道:“电影如果能单纯点,聚焦教练和队员之间的关系、成长、球队的一步发展就好了,女老师的部分比较生硬、尴尬,看不出和球队有什么必要关联。”

《踢出个未来》的故事背景发生在湖南省常德市石门县的农村。该县被称为“武陵门户”与“潇湘北极”,是一个集自然美景、丰富资源和深厚文化为一体的地方。但影片几乎没有表现这些元素。片中塑造的这群农村儿童虽带有一种强烈的“蛮力”与“野性”,但他们却说着一口不带一丝口音的普通话来进行对白,在听觉层面上显露出一种违和感,从而影响了角色形象的立体性、真实性。在服化道的设计上,该片用力不够,人物身上毫无农村生活的痕迹,让不少观众觉得“虚假做作”。

其三,宣发营销不到位,曝光度不高。《踢出个未来》在宣发营销方面投入不够,是这部影片票房数据惨淡的重要原因。通过猫眼影片数据分析,影片从开机到上映以来,共制作了74个营销事件,都没能给影片的曝光度带来明显的提升。营销渠道主要是抖音、微博、小红书和微信短视频等媒体社交平台,仅从抖音的营销宣发数据上来看,其发布的预告片、花絮等视频的累计话题播放量为240.4万,累计官抖获赞量为5.9万,引流效果不佳。

《踢出个未来》档期时间安排不妥。2024年9月国足在2026年美加墨世界杯亚洲区预选赛18强赛中惨败,让无数球迷心碎不已,许多足球爱好者对“足球”题材的电影产生抵触情绪,甚至有网友评论道:“片方也真是够勇敢,难道他不看足球赛吗?”同时其在影院的排片量不高,且影片上映时间临近国庆档,容易被其他主流影片的曝光度覆盖。首映当天在全国共排片2897场,排片占比与上座率仅为0.6%。笔者所在的城市只有两家影院上映了该片,且所看场次几乎没有观众,可见片方在影片的宣发营销上没有下足功夫。

《踢出个未来》票房成绩如此不佳,

但在2024年国产儿童片内地票房榜上居然位居第二,相比《少年先锋》《我不是天才》《金色少年》等儿童片的票房成绩,结果已算较好。从整体上看,儿童片依然是整个电影创作中较为薄弱的一环,目前许多儿童片创作仍存在与该片相同的问题。在这样的背景下,有必要思考,儿童片如何才能做到“叫好又叫座”呢?笔者认为不妨在以下几方面进行探索:

第一,加强政策引领,助推儿童片发展。近年来,我国每年有40部左右的儿童片产出,关键是要提升儿童片的精品数量。一是要鼓励儿童片精品创作。有关部门应该深入市场调查,根据我国儿童片发展状况,完善相关政策制度,支持举办儿童电影节展,鼓励儿童片精品创作。二是向中小学生学习重点推荐儿童片常态化。1996年教育部等部委成立中小学生影视教育协调工作委员会后,每年分两批向全国中小学生学习推荐影片,取得较好的社会效益。但近几年推荐批次有所减少,有的年份甚至没有推荐。需持续开展影片的推荐工作,并适当提升优质儿童片推荐比例,让儿童片拥有更多机会进入中小学生学习视野。三是强化政策执行带动儿童片创作。2018年12月,教育部、中宣部联合下发《关于加强中小学影视教育的指导意见》,提出力争用3到5年时间,全国中小学影视教育基本普及,形式多样、资源丰富、常态开展的中小学影视教育工作机制基本建立,这在一定程度上可以带动儿童片的创作。但从目前来看,这个文件在很多地方未能得到贯彻落实。有关部门要有效监督落实情况,充分发挥儿童片在促进儿童“德智体美劳”全面发展中的重要作用。

第二,秉持匠心精神,促进儿童片创作。儿童片作为一种具有多重教育意义的媒介,对儿童的全面发展具有不可忽视的推动作用。所以创作者们首先要勇于探索新题材,新视角,新表达。积极进行儿童片题材创新,丰富其主题内涵,努力避免主题表达同质化现象。其次要让作品更加贴近现实生活,贴近儿童。大胆地对于生活中的地方方言、人文精神、民族特色等方面进行创造性、创新性表现,提升生活质感。按照儿童的审美特性创造出属于儿童片独有的艺术价值,为观众提供新颖优质的审美体验。最后要重视通过技术的运用来提升儿童片的感染力。紧跟影视技术发展前沿,巧妙运用VR、AR、XR等影视制作新技术,为儿童电影的呈现方式寻找更多的可能,给予观众新的视听体验,创作出更多令受众喜闻乐见的儿童片。

第三,强化产品思维,激发儿童片潜力。要发挥儿童片真正的价值,一是要加大宣发力度,紧跟观众的需求变化,制定有效的营销策略。进行深入调研,做好营销预算,充分使用好各大主流媒体平台,发挥其权威性,增加电影的曝光度,让儿童片更好地进入大众视野。二是要疏通放映渠道,利用好政策性资金补贴,探索由教育经费兜底进行,“大手牵小手,观影有折扣”等相关的推广活动。儿童片还要把握好教育与影视的密切关系,提升儿童片公益放映效果,让校园院线、社区公益放映等辐射广大受众。利用电视台的影视频道以及“爱优腾芒”等众多流媒体平台,做好分线发行、分众发行的工作,给儿童片争取更多的放映空间。三是要紧跟经济全球化发展趋势,积极拓展儿童片海外市场。不断学习国外儿童片营销方式,利用跨国际传播手段,将体现我国民族性的优质儿童片,远销国外,传播好中国儿童的故事,使中国的儿童片获得全球观众的认可。

儿童是祖国的未来,是中华民族发展的希望。优秀的儿童片具有生动、形象、感染力强等显著特点,蕴含着丰富的思想、艺术和文化价值,承担着引领我国儿童树立正确的世界观、人生观、价值观,引导我国儿童健康成长成才的重任。《踢出个未来》等儿童片面临的状况,值得电影行业高度重视。电影创作者要以此为起点,用光影的力量,创作出更多抓得住时代精神主流,跟得上观众需求,经得起万千目光审视的叫好又叫座的儿童片。

(刘汉文,福建师范大学传播学院教授;邹洪辉,福建师范大学传播学院2024级硕士研究生)