

全民怀旧季

《致青春》 领衔五一档



题材引发共鸣，青春、怀旧抓人心

对于《致青春》的成功，有观众评价说：“有‘青春’二字已经足够！”《致青春》的成功，无疑与其青春、怀旧题材有关。在此之前，《那些年，我们一起追过的女孩》《山楂树之恋》《老男孩》等同类型的电影，也都是因“青春”与“怀旧”大获成功。

近些年来，随着社会压力的加大，不论是背负升学、工作、婚姻压力的年轻人，还是上有老下有小的中年人，都面临着很大的心理压力，需要情感宣泄的出口。在这种情况下，逗人一笑的喜剧片和安抚心灵的怀旧电影，能让人们暂时抛开眼前的郁闷，体会到些许放松和愉悦，自然就比较受欢迎。《泰囧》打的是欢乐牌，而《致青春》打的就是怀旧牌。

《致青春》被媒体定位为“大众青春文艺片”，每个人都有自己的青春，每个人都有对青春的记忆和怀念，《致青春》的成功之处就是成功地戳中了所有人的情怀；90后的年轻人对青春题材的电影具有天然的亲近性，希望通过电影了解上一代人的青春；“70后”、“80后”的观众，希望在电影中找回当年的生活、当年的自我。除此之外，影片取景的十几所高校的校友们，也是影片的潜在观众群。

作为赵薇的导演处女作，虽然影评人对《致青春》的评价好坏参半，但对其怀旧情怀的评价总体还是积极的。影评人谭飞在微博中说：“《致青春》是段关于青春爱情理想的影像志。赵薇选择脱胎于畅销小说的作品，能很快走入这些几乎跟自己同龄人的内心世界。可以预测这部电影将在市场上成功。为什么？因为，对三十郎当岁的人来说，校园的青葱回忆足以让他们在暗夜醒来时感喟唏嘘，点燃一支烟，在回味中眼角潮湿。”

影片也在坊间掀起了“致青春”热潮，引发了人们的集体怀旧。网友简微蓝说：“《致青春》给你了一台时光机，带你回到了你念念不忘的那个时光，你看到了他们的故事，但是更重要的是唤起了你的故事，那时候的你有着暧昧，有着单恋，有着张狂，有着不屑，有着肆无忌惮，更有着无法向任何人诉说的不为人知的小秘密，于是，此刻的你，沉浸在当年热血沸腾的青春里，久久的，不愿意出来！”

内外兼修，影片品质、宣传发行样样做精

如今，“四分靠影片，六分靠宣发（宣传发行）”早已成为影视界公开的秘密。《致青春》的火爆，与影



首日票房超4500万，打败《泰囧》成为2D华语片首日票房的新晋冠军；上映六天票房破3亿；零点场均近60人观影，刷新了今年同档期电影的平均观影人次纪录……赵薇导演处女作《致我们终将逝去的青春》上映以来，再次续写了自去年底以来国产电影的神话传奇。票房一路飘红，也让赵薇成为了首位凭借处女作进入票房“亿元俱乐部”的女导演。“榜样”《泰囧》的大卖占据了天时地利人和，而《致青春》的上映，前有大片《特种部队2》《疯狂原始人》夹击，后有实力强劲的《钢铁侠3》围堵。很多人不禁会问：《致青春》为什么还能这么火？

聚焦 尹聪

片前期的预热造势密不可分。公映前的种种“噱头”吊足了观众的胃口：赵薇导演处女作、北电研究生毕业作品、关锦鹏和李樯的加盟、文艺怀旧的影片名称、辛夷坞的同名小说改编、天后王菲献唱主题曲、明星大腕友情客串、十余所高校取景、与苏宁联合的户外广告铺天盖地……有太多的因素可以吸引观众进入电影院观看。

包装做得再好，也得有精良的影片品质作支撑才行。在《致青春》上映之前，就有人担心这部电影“盛名之下其实难副”——影片可能品质一般，票房全靠赵薇本人和原著小说的人气。但短短一周内3亿多的票房和持续增长的态势足以说明这部片子绝非“徒有其表”。作为自己的导演处女作和毕业作品，赵薇的用心自不必说：从前期的挑选演员、选择取景地，到后期的拍摄制作耗时两年多，对道具和场景的精益求精还在让她自掏腰包补足预算超支。在接受采访时赵薇说：“因为许多场景很难再找到十多年前又好看、又有味道原貌，所以很多场景都是我们自己做设计图搭建起来的，包括宿舍、毕业散伙饭、朱小北碰的超市等。”关锦鹏在接受采访时也坦言“在这部片子上花了好大的工夫”。关锦鹏更是披露说刚开机时就连续拍了30多个小时，着实给了团队成员们一个“下马威”。

除了做足“表面功夫”和做好内容，发行“得天时”也至关重要。《致青春》选择了一个合适的上映时间：正值毕业季，马上就要离开校园的学生们自然对《致青春》所传递的情绪感兴趣，临别前与三五同学一起观看也算对大学生涯的纪念。另外，近几个月电影市场并未出现非常优质的“清新文艺”风电影，同期上映的电影也以国外大片为主，观众对该类影片的渴望度大大上升，为《致青春》的大卖留足了空间。

在发行方光线传媒看来，团队和话题式的宣传是成功的秘诀。光线传媒总裁王长田在接受采访时也表示：“除了凝聚大量有号召力的影星和制作团队之外，内容也很重要。观众们有人喜欢前半段的幽默，也有人喜欢后半段的现实。影片中每个角色都能引发大家的讨论，有了话题票房自然就不会差。”

一周来，新浪微博微话题“#致青春#”的讨论量已经达到400多万，众多明星也加入到这场全民怀旧的队伍中。王菲、舒淇、姚晨等明星，均在微博上参与讨论。文章在微博里说：“我可以把它当作是一支纯真年代的挽歌么？看完有一种想痛快哭一场的冲动。赵薇这部处女作还真不错，台词几乎可以媲美王家卫电影了。”这些大牌明星的极高人气，无疑会为影片宣传起到作用。

截止到9日，《致青春》票房已破5.5亿元大关，达到了此前发行方预期的5亿元。

碰撞

郑娜

特供的钢铁侠 给特别的中国

在“五一”档奇迹般的票房中，《钢铁侠3》以首映日票房1.16亿元的成绩，创下内地影史首日、单日等多项票房纪录，上映5天接近4亿元的票房让好莱坞品尝到了“中国特供版电影”所带来的“甜蜜”效应。

《钢铁侠3》火爆的票房，让“特供”这个词儿火了起来。虽说从《花木兰》、《功夫熊猫》、《2012》到《碟中谍3》，好莱坞电影的中国元素从来没有断过，但是专门多出时来制作特供中国的版本，这确实还是头一回。

《钢铁侠3》的中国特供版不仅有更多中国镜头，中国演员王学圻的戏份比他在国际版中的更多，演员范冰冰的参演也是中国版中独有的。整个特供版的时长多出了大约4分钟。

特供的特殊性不只是引发中国媒体关注，国外媒体也竞相报道。美国福克斯新闻网说，好莱坞里走进来了一个全新但真正强大的合作者。多家美国媒体感慨，未来电影在谁拍、谁来演，中国将拥有巨大发言权。

英国《独立报》一篇文章写到，为了赢得中国市场，好莱坞电影如今可以改写剧本、重塑人物形象、到中国拍摄、甚至重用中国演员，中美两国电影产业签下的合同也越来越多。他们不无讥讽地说，好莱坞正在竭尽全力地“讨好”中国。

这种“讨好”当然不是心血来潮。中国电影市场票房2012年已超越日本成为仅次于美国的全球第二大市场，其36%的年度涨幅则是美国市场涨幅的6倍。虽然2012年中国电影票房仍只是美国的1/4，但预计今年将是美国票房的1/3，按此速度发展，在2020年前，中国的电影票房可能让美国望尘莫及。

面对即将拥有全球最大票房的美国，好莱坞怎么可能不心动。《碟中谍3》中，阿汤哥从上海中国银行大楼的楼顶一跃而下，以中国为背景的部分有40分钟之久，占影片总长的1/3。去年上映的《敢死队2》、《环形使者》、《生化危机5》、《云图》，中国明星面孔点缀其中……

尽管此次内地上映的“特供版”《钢铁侠3》中，王学圻、范冰冰的角色被网友调侃为打酱油、调错了频道，但业内并非都是反对之声。从积极的角度看，特供版本让大家看到了合作的可能性，也许这次只是打开一扇门，继续往前走，会不会有更大的收获？

至少从目前看来，特供给中国的好莱坞电影还会不断增加。包括《变形金刚4》、卡梅隆的《阿凡达2》以及布拉德·皮特的《僵尸世界大战》在内的多部大片都宣布将拥有中国特供版。不再是简单、生硬的迎合与修改，而是真正融入到影片内容中的特供版，中国观众揣着电影票翘首等待。



盘点五一档

《致青春》《钢铁侠3》平分秋色

在为期3天的“五一”小长假中，全国累计票房4.35亿元。其中《致青春》进账1.83亿元，《疯狂原始人》较前期再度上涨，收入7700万元，超过《特种部队2》的3800万元。在假期最后一天上映的《钢铁侠3》，首日票房为1.16亿元，打破了国内首日票房最高纪录。国产片《同谋》和《分手合约》分别为900多万元和550多万元，上映第七周的《北京遇上西雅图》进账110多万元。

去年“五一”档当周票房3.96亿元，而今年光是小长假3天便创造出累计4.35亿元的票房，涨势明显，其中《致青春》贡献42%，领衔“五一”档。但值得注意的是，《钢铁侠3》在仅“五一”档最后一天上映，当日便收获1.16亿元票房。

“五一”档（4.29-5.1）内地票房

名次	片名	放映场次	观众人次	票房	发行公司
1	《致青春》	87618	5742077	18300	光线影业
2	《钢铁侠3》	30441	2717900	11600	中影华夏
3	《疯狂原始人》	35676	2086155	7700	中影华夏
4	《特种部队2》	22459	923899	3800	中影华夏
5	《同谋》	18155	286728	929	乐视影业
6	《分手合约》	9592	177053	554	中影
7	《人间蒸发》	6008	57161	178	华夏
8	《北京遇上西雅图》	1689	32692	114	安乐影业
9	《百家乐翻天》	4470	30695	90	上海华宇

（数据来源：《中国电影报》国内市场每周评点，单位：万元）

资讯

乐视超级电视发布

乐视网日前联合全球顶尖面板供应商夏普、全球最顶尖的智能芯片商美国高通公司、全球最顶尖硬件制造商富士康和播控平台合作方CNTV，正式推出全球首款4核1.7GHz，全球速度最快、最高性价比的智能电视——乐视TV·超级电视X60，成为首家正式推出自有品牌电视的互联网公司。

乐视董事长兼CEO贾跃亭介绍，此次推出的乐视超级电视机为60英寸、4核1.7GHz的X60以及普及型产品S40，售价分别为

6999元及1999元人民币，内置了乐视自有的Letv Store，涵盖了游戏、娱乐、生活、工具、阅读等近2000款应用。

作为智能电视的最核心应用，乐视专为电视大屏打造的——乐视网TV版也全新亮相。它拥有行业最全的影视剧版权库，9万集电视剧、5000多部电影，垄断最近3年60%热播影视剧独播权，实现95%以上的影视片覆盖；此外还有丰富的自制、动漫、风尚、纪录片内容及行业最全的体育赛事，涵盖西甲、意甲、法甲、中超、亚冠、CBA、欧冠篮球联赛等国内外顶级赛事。

（张意轩 蔡茜茹）

“解澜涛精品油画展”举行

由中国国际收藏协会、中国青绿山水画院联合主办，北京顶点文化传媒有限公司协办的“解澜涛精品油画展”于5月4日在山东大厦美术馆开幕，展期3天。解澜涛是“80后”画家，此次展览展出了解澜涛近年来创作的40余幅油画精品，其中中西合璧的绘画表现手法中，融国画唯美的意境与油画光鲜的色彩于一体，巧妙地传递着吴派绘画风情，艺术地再现了天地、山水、动物、植物与人的自然之美。

（徐蕾）

河北顺平举办桃花节

日前，河北省顺平县第十四届桃花节拉开帷幕，以“务实、高效”为办节原则，根据杏花、桃花花期时间紧密衔接特点，将杏林山水公园的千亩杏树与伊祁山四周的14万亩桃园整合开发，既丰富了踏春赏花线路，又延长了观光赏花时间。此外，该县还坚持旅游开发与民俗活动、地方特产及生态旅游资源相结合，相继推出尧乡民俗表演、生态采摘游、文化旅游资源推介等一系列活动。

（熊建）

