

# 羊年春节档：票房丰收 口碑不一

本报记者 苗春

近年来，中国内地春节档电影票房持续攀升，今年春节档又取得了好成绩。从2月19日（正月初一）七八部电影扎堆公映开始，加上此前数部票房不错仍在排映的电影，春节档挤进了十余部国产片，类型丰富，明星荟萃，吸引了比往年更多的观众。据一些媒体报道，从2月19日到2月25日，内地电影总票房达17亿元人民币，比去年增加36%，其中2月19日票房达3.6亿元，创下中国电影市场单日票房新纪录。而据一项在北京、上海、广州的普通观众和业内专家中进行的调查，观众对春节档国产电影的满意度较高，给整个档期的电影平均打出80.3分。

有媒体认为，今年春节档已经取得了电影票房和口碑的双丰收。对此，业内人士又是如何看待的呢？

## 票房不错，口碑不一

“我对‘票房口碑双丰收’这个评价持保留态度。”北京无限自在文化传播有限公司总裁朱玮杰说：“今年春节档票房丰收，但影片的口碑并非如此。”他认为，今年春节档的影片中，口碑最好的是《狼图腾》，它是曾获奥斯卡最佳外语片奖的法国著名导演让·雅克·阿诺的用心之作，经多年积累沉淀而成，中外合作的团队全面还原了小说原著，震撼人心。相比之下，其他片子存在各种非议。但他也肯定“今年春节档电影整体而言质量比去年春节档有进步”，所以他为今年春节档电影整体



《天将雄师》是有新意的成龙电影

## 讲讲老字号里鲜为人知的那些事

说起“中华老字号”你首先会想到什么？从稻香村的糕点到张小泉的剪刀，从瑞蚨祥的绸缎到同仁堂的国药，老字号在我们的生活中随处可见。究竟是怎样的坚持，让这些传统老店屹立不倒？又是什么样的理念，让这些品牌成为新时代的领军者甚至是时尚风向标？由中央新闻纪录电影制片厂（集团）与中华老字号工作委员会携手创办周播栏目《老字号新故事》，向观众讲述老字号里的新故事，解开这些谜团。

《老字号新故事》作为一档聚焦中国传统商业品牌的精品谈话节目，将从国家政府有关部门在全国范围认定的近千家“中华老字号”中遴选精英，精选具有代表性的品牌；每周邀请多名媒体评论人与老字号内幕爆料人作为嘉宾，共同探寻中华老字号的前世今生，结合老字号的发展历程，对品牌的商业文化价值进行深度剖析，以轻松、新锐的风格寻找当下消费者新视点、新时尚，密切关注最新的商业社会景观和消费文化变迁。节目将最大限度地发挥传统媒体在信息内容的采集挖掘、分析解读等方面的优势，同时借助新媒体的表现形式和传播手段。

（胡师睿）



《狼图腾》被业内认为是今年春节档口碑最好的影片

上也打了80分。他还进行了今年和去年同类型影片之间的比较：“今年的战争、古装、动作片《天将雄师》好于去年的《四大名捕》；魔幻类的《钟馗伏魔》比去年的《大闹天宫》特效做得更精致；今年的《爸爸的假期》是部真正的喜剧大电影，品质和口碑也和两部《爸爸去哪儿》不一样。”

中国艺术研究院副研究员刘藩打出的分数为70分。他认为，“说今年春节档‘口碑票房双丰收’有点勉强”。他指出，今年票房确实比去年高出一截，至于“口碑好”，“一是因为现在的观众有很多是过去不看电影的新观众，二是春节档观众的构成中三四线城市观众占比很大，这两部分观众以往看片较少，不那么挑剔。”

一二三四线城市观众的口味不同是客观存在的现象，也应该有各种电影去满足不同观众的口味。朱玮杰认为，如果从艺术的、专业的眼光来看，今年春节档或许只有《狼图腾》是及格的，“但我们的眼光要看到各种观众，而各种类型的电影都有各自的粉丝和对它满意的人。”刘藩也同意《狼图腾》从艺术质量而言比《天将雄师》和《钟馗伏魔》要好。对于《钟馗伏魔》，他表示，因为去年《大闹天宫》的观影体验，看片时反倒觉得有意外惊喜。



《爸爸的假期》不是综艺电影，而是喜剧大电影

## 春节档票房为什么这样高

在本报今年1月12日第七版刊登的《影市九龙争霸，羊年春节档谁家强》一文中，专业从事移动互联网票务矩阵营销的指点无限（北京）科技有限公司副总经理程会涛曾经预测今年春节档的最终票房为16至18亿元，平均单日票房在2亿元以上。如今事实证明他的预测是准确的。

程会涛分析今年春节档票房为什么比去年有较大攀升时，认为主要有3个原因：首先，去年增长的影院数量大都在三四线城市，比如广东顺德、佛山等地都建起了高档影院，不同于过去的社区影院，新影院更舒适而且银幕数量多；其次是观影人数的增长，而且这批新观众是以合家欢的形式观影；再次，他认为，电影平均票



《澳门风云2》票房领先其他影片

价的相对低廉，依然是抬高票房和观影人次的重要原因，“不管行业内外对票务网站怎么看，票务营销确实为观众带来了优惠，为影片带来了新增观众。”他还指出，春节档的高票房甚至也可以归功于天公作美：春节假期那几天全国大部分地区天气晴暖，有利于人们外出观影。

程会涛赞同今年影片整体质量整齐，观赏性有所提升，“如果把今年春节档公映影片的成本全部相加，与过去相比

较，就可以说明电影人是花了更多的钱去制作影片，比如《澳门风云2》投资就比去年的第一部高出许多，奇观化的效果好于去年。所以，今年影片的票房好于去年是有理由的。”

## 谁也没能一骑绝尘，好事？憾事？

据不完全统计，截至2月27日，《澳门风云2》总票房最高，为6.01亿元，《天将雄师》紧随其后，为5.64亿元，《狼图腾》为4.17亿元，《钟馗伏魔》也超过3亿元，《爸爸去哪儿2》和《爸爸的假期》加起来3.3亿元，《冲上云霄》为1.32亿元，其余《熊出没》、《有一个地方只有我们知道》等在春节档前就上映的影片也都取得了接近3亿元的票房。和往年《人再囧途之泰囧》、《西游降魔篇》等票房超过10亿元的影片相

比，今年贺岁档没有出现那样大体量而且一骑绝尘、遥遥领先之作，而是几家基本上齐头并进，均分市场。

朱玮杰和刘藩都认为影片多而没有票房超高的片子是好事。刘藩说，烂片却票房畸高是不正常的，“今年好几部卖相不错的影片凑在一起，是稀释了市场，各自把总票房分掉了，但同时又共同做大了春节档蛋糕，这对影院好，对观众好，对产业的长远发展好，当然对每一部片子的片方不好”。朱玮杰说，“没有票房超高的片子说明影院给了观众多元化选择的可能。去年有票房超高的片子是因为大量人群涌入影院，可是影院却没有给他们提供更多、更好的选择。”他认为，今年春节档影片有可能接近10亿元票房的是《澳门风云2》。因为比较而言，这部香港导演王晶执导的港式喜剧片真正迎合了三四线城市的小镇青年，“它是真正的贺岁片，让人看到了回忆也收获了欢笑，又有去年第一部打下的基础，而且确实比第一部更好看。”

## 春节档将越来越好看

在采访中，所有采访对象一致对记者表示，作为新的娱乐方式，观众在春节期间的观影习惯已经形成并日益巩固，看电影成为春节假期里人们除了游园、看春晚之外的重要休闲方式，甚至可能成为新民俗。不过，程会涛提醒记者，今年除夕这天票房较低，只有2000多万元，说明大家还是在为春节传统习俗忙碌着，“如果这一天票房也能更好甚至翻倍，才能说明看电影成了新民俗。”

今年春节档市场的整体表现给了电影人不少启示，也给了他们对未来春节档和整个电影市场的更大信心。他们都认为，春节档以后会越来越好看并延续一些年头，而且明年会有更多的片子参与分蛋糕，电影人的眼光会顾及老中青三代，即白天上座率高的儿童电影和晚上上座率高的传统电影可能会同步增长。

朱玮杰说，尽管综艺电影有些落潮，但明年仍然会出现依据更热门IP制作的片子，照顾到更好、更多的受众。此外，大制作、大影片依然很重要，“像《天将雄师》、《狼图腾》这样的超大体量的影片，放在春节档消化是相对安全的”。刘藩指出，票房排在前列的几部影片，片方最初的预估可能都比目前的票房要高，所以，“卖相好的片子尽量不要在热门档期撞车，比如《狼图腾》，品质不错，大城市观众更喜欢，且春节消费体验并不突出，挪去其他档期也许会有更好的表现。”

业内人士也纷纷指出，电影观众目前已经发生了变化，电影制作和营销人员了解观众的构成，知道究竟是什么人在看电影是非常重要的。《狼图腾》和《澳门风云2》获得排片的逆袭和票房持续攀升的现象，值得关注和研究。《狼图腾》以口碑取胜，观众主要在一线城市；《澳门风云2》有非常成熟的发行策略，观众主要在三四线城市，所以才能超预期高产，就是说，要找对人，说对话。”程会涛概括。

在电影的营销方面，朱玮杰说，启示之一是今年一定要更精耕细作，注重细分市场的资源投放与每个资源的抢夺。“比如《爸爸的假期》在江浙沪地区票房更好，其他地区就稍差一些，所以不能再像以前，全国范围内一样，一起作战。”

6岁女孩丹丹突发脑瘤，父母在她生命垂危的时刻做出了艰难的抉择，满足这个善良的小女孩生前许下的愿望：将她身体里所有有用的器官捐献出来，帮助其他需要帮助的孩子们。而丹丹的这个心愿始于去年收看北京电视台医疗真人纪实节目《生命缘》时，跟父母做出的约定。最终丹丹在大家的祝福中离开了人世，留下了两个肾脏、一个肝脏、两个眼球，延续了3个孩子的生命，帮助两个孩子重见光明。丹丹的生命之花在这5个孩子的生命中继续绽放。《生命缘》将丹丹的故事拍成一期名为《请你替我活下去》的节目，播出后，引起了千万电视观众的关注，两天内腾讯视频点播量就超过1000万次。很多网友开始询问器官捐献的流程，也表示在今后过世之后也要进行器官捐献。可以说，《生命缘》节目对生命价值的思考和探讨，改变了人们对器官移植的态度。丹丹的父亲张鹏说：“《生命缘》栏目组跟着我们陪伴着我女儿最后24小时。之前家人也有一些不太同意我们这么做。节目播出以后，我的家里人、朋友都被这件事情打动了，转变了他们的很多想法。”

《生命缘》已经播出了两季，数月来，节目坚持讲述向生命致敬的故事，令无数观众感动，收获广泛好评。第二季节目开播两个多月以来，连续位列省级卫视920时段收视排名前三位，并引发社会强烈关注。节目在微信等社交媒体上的话题阅读量也频频掀起高潮。1月19日播出的《那双眼睛依旧明亮》，全程记录知名女歌手姚贝娜眼角膜捐献过程，引发当日微博话题阅读量激增150余万次，总话题阅读量高达1672.7万次。在由国家新闻出版广电总局颁布的“2014-2015年度广播电视创新创优栏目”评选结果中，北京卫视《生命缘》、《我是演说家》双双获奖。

## 《生命缘》：有热度 有态度 有温度 有硬度

郑蓉

▶丹丹生前



▲6岁女孩丹丹去世后器官捐献给了5个孩子。她与《生命缘》栏目有特殊缘分



◀《生命缘》拍摄知名歌手姚贝娜去世后捐献角膜的节目获得了超高收视率

▶《生命缘》制片人邵晶含泪编辑节目

缘》、《我是演说家》双双获奖。

国家广电总局宣传管理司司长高力认为：《生命缘》摒弃了某些节目“有意思、没意义”的导向，坚持做“有意义、有价值”的节目，在处理社会关系、思考生死价值、精进记者职业素养、传播医疗健康知识等方面都起到示范作用。清华大学新闻传播学院常务副院长尹鸿认为：《生命缘》的成功，主要来自于真实感铸就的正能量、对生命的敬畏之心、对社会包容关爱的引领。

2015年第二季《生命缘》的主题和立意更加突出亲人之间的爱与关怀，以真实记录展现多层次的人性之美，那些在困难、艰辛面前人们所爆发出的情感力量，让观众感受到生命之可贵、亲情之珍贵，给人以信心、鼓励、温暖。正如中国社会科学院世界传媒研究中心秘书长冷凇所言，相比第一季《生命缘》主要关注“生死”，第二季《生命缘》则更多地关注“缘”字。“缘”代表的是人与人之间的关系。亲人之间、医患之间、捐赠者和受捐者之间、陌生人之间，在面对病患的灰暗日子里，因为很多温情的邂逅和支持，让心灵和情感上联结在一起，带给我们这个冬日里别样的温暖。所以当故事的主人公面临疾病和痛苦时，他并不是孤单一人，有亲人、医生，还有《生命缘》的编导记者陪伴左右，共担生命之重。

两季《生命缘》，都由北京卫视的《身边》栏目团队打造。这个被称为“妈妈记者团”的团队，总是废寝忘食地全情投入。第二季《生命缘》的拍摄制作，依然坚持在医院蹲点拍摄。如今，仍有10多路记者24小时蹲守北京协和、北京大学第一、第三医院、妇产、儿童、人民、中日、肿瘤等各大三甲医院，聚焦医院中的医生、护士、患者和患者家属，纪实拍摄发生在北京医院里最极致、最感人的生命故事……



导演、主演潘婕

## 潘婕演绎《美丽笨女人》

衍习

“三八”妇女节档期的主打国产电影《美丽笨女人》将于3月6日登陆全国院线。这部影片由知名女演员潘婕执导，潘婕携手张哲人、李雪晶、罗刚、刘再冉等主演，讲述了3个来自不同生活环境下的女人的情感故事。

《美丽笨女人》是潘婕执导的“女人系列电影”的第二部作品。继电影《晋州女人》受到好评之后，潘婕倾注了全部心血在《美丽笨女人》上，历时两年。影片入围第17届上海国际电影节传媒大奖。谈及为何在女性题材上如此用心，潘婕坦言：2012年去法国巴黎参加电影节时，发现很多国外的记者还是缺乏对中国的了解。其实现在在中国人口袋里钱多了，也有了更多的思考，很多人想的是自己过怎样的人生，怎样的人生更有意义，“所以我用了我们身边发生的一些事，希望更真实地展现中国人的生活。”

在《美丽笨女人》中，潘婕领衔出演了影片女主角——独立乐观、善良美丽的画家周蓉，她与坚强倔强、朴实单纯的农村单亲妈妈刘盼、清醒追求自己生活的农村姑娘玛丽，呈现出了3种不同的思想碰撞。由于观念的不同，3个女人面对生活做出了不同的选择，也造成了最后不同的结局。她们从碰撞到理解，传递着女人的生活信念。潘婕说，电影中所展现的很多内容是自己真实的生活见闻。影片通过唯美、细腻的创作手法，展现了女性的感情生活，真挚动