

# 新媒体时代的电影吸睛大法

本报记者 苗春



张智霖(左)、袁咏仪夫妇在节目中

### 无悲情 有暖意

## “玩”出好口碑 “秀”出真幸福

吴自

全明星，正能量，有编剧没台词，用玩游戏展示真感情……

2015年第一季度，首档展现夫妻真情的真人秀节目《一路上有你》脱颖而出，在激烈的收视竞争中以温情真爱和原创魅力赢得好口碑，不仅收视率和收视份额拿下漂亮数据，在社交媒体上也被高度关注，新浪微博“一路上有你”话题阅读量在节目播出10期后达到12.7亿，讨论量达93.1万，“温暖”、“感动”、“相信爱情”、“幸福美满”成为观众热议的关键词，在真人秀节目从“草根登台”过渡到“明星担纲”的新时代，又掀起一股原创新风。

曾几何时，强势占据各大卫视荧屏热点的真人秀节目一度以“煽情催泪”为卖点，以致有网络段子调侃称，如果没有单亲家庭、身体残疾或者亲属得绝症等悲情故事，都不好意思上真人秀。爸爸癌症去世，奶奶车祸住院，妈妈打好几份工供孩子上学……类似的“苦情牌”一度成为各大卫视在草根真人秀时代的杀手锏，现场镜头从舞台上的选手到台下评委一路扫到观众席，大家都在抹眼泪。

但这种模式并没有持续多久，各大卫视“引进版权，力推明星”的策略和明星体验类真人秀迅速兴起，浙江卫视《奔跑吧兄弟》、湖南卫视《爸爸去哪儿》、深圳卫视《极速前进》、东方卫视《两天一夜》、江苏卫视《明星到我家》纷纷上马，并取得不错的收视成绩，浙江卫视更于2015年初推出了原创节目《一路上有你》，全程展现张智霖袁咏仪、田亮叶一茜、赫子铭何洁三对明星夫妻相爱相守的平凡幸福生活。

相对于“爸爸”系列打父子亲情牌、“跑男团”传递兄弟情谊、“明星到家”讲述婆媳关系……《一路上有你》首次将镜头聚焦于社会家庭关系中最小的细胞——夫妻，通过全方位多角度展现明星夫妻日常生活中平凡甜蜜的恩爱瞬间，来诠释最“普世”的价值观——家庭和美，夫妻和谐，传递“陪伴是最长情的告白”这一温暖甜蜜的小幸福。

三对夫妻中，相恋23年，结婚14年的张智霖袁咏仪夫妇早已度过了热恋男女“怦然心动”的激情，转而成为生活细节里最平凡的浪漫；结婚7年的田亮叶一茜仍恩爱有加，在情人节甜蜜约会的环节中，浪漫的田亮特地为叶一茜打造专属戒指，并承诺“在以后的每年都要给你做一枚戒指”；结婚2年的赫子铭何洁正处于蜜月期，生活中到处都是两人恩爱的身影，一个东北汉子为老婆做早餐、洗脚按摩，成为赫子铭为爱最直接的表达……没有苦情，没有虐心，幸福浪漫取代了生活苦难，每期节目中还特别邀请中韩明星带来了不同欢乐，人气偶像金喜善夫妇、李敏镐、金希澈、黄子韬，包括息影多年的邱淑贞复出突袭……都用满满的幸福甜蜜、关心互助的正能量感动着观众。

前不久，女星莫小棋在接受采访时爆料称，参加某真人秀时被要求和编导“对台词”。《一路上有你》则突破了这一套路，通过中韩两国编剧团队精心设置的各种情境和挑战环节，让三对明星夫妻完全无台词地自由发挥，甚至在不同的体验项目中打乱夫妻组合形式，玩出各种新花样来展现夫妻间的真情实感，将他们最真实的一面毫无保留地展现在观众眼前。每期节目在满足观赏性的同时，亦从传媒角度出发，将宽容互助、和谐美满的家庭关系，通过明星的号召力传递给最广泛的观众群体。处于婚姻不同阶段的三对明星夫妻极具代表性地阐释着婚姻的真谛——信任、宽容，为观众作出最幸福的典范。

该节目的出品人、制作人马雪说，全世界真人秀的佼佼者“达人秀”曾提到过，“我们的核心是让生活在这个国家、生活在这个时代的人，看完节目之后心情良好、感觉幸福”。《一路上有你》以其独具特色的原创风格收获超高关注，在竞争最激烈的周六晚间综艺档中脱颖而出，并将在接下来的下一季节目中延续“真情真爱好玩”的特色，用更大牌的明星、更精彩的设计，来展现更多明星模范夫妻的幸福时光。

## 族谱数据库工程核心技术难题被攻克

由中根源姓氏文化数字化推广中心、武汉大族谱数字科技公司共同发起的中华根脉文化数据库建设工程研讨会近日在贵州贵溪召开。来自全国各地的数十位学者、专家、谱志文化践行者，就建立大数据族谱数据库这一课题进行了深入探讨。

研讨会上，中根源姓氏文化数字化推广中心副主任彭堂华作了《将方志家谱文化推向数字化网络新时代》的主题发言，讲解了方志家谱文化发展简图，论证了谱志文化必将走向数字化网络化的新时代，并介绍了他们自主研发的谱志通系统。该系统开创性地解决了谱志数据细粒化定义、格式化存储、互联网传播应用的核心技术难题。为测试这套系统，他们先后在十多个省、30多个姓氏中开展了谱志数字化工程测试，已建立800多万人的节点数据，为建设大数据族谱数据库工程辟出了一条通道。武汉大学计算机学院副院长彭智勇主导研发的国产“对象代理数据库系统”则具有管理海量复杂数据的能力，从根本上满足了大数据族谱数据库工程存储需求，数据安全性、可靠性得到充分保障。(怡 妍)

## 电广传媒携手美国狮门影业

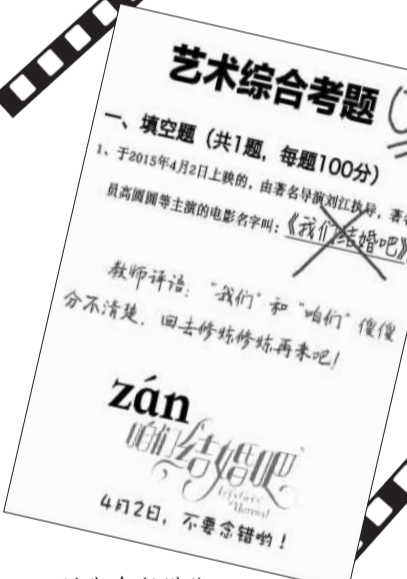
近日，电广传媒与美国狮门影业在长沙举办新片发布会，公布了2015年的大电影计划以及合作覆盖的首批片单，标志着双方的“跨洋合作”正式启动，中国电影资本与好莱坞展开了深度合作。

据悉，电广传媒与美国狮门影业的战略合作协议达15亿美元，这是中国电影史上迄今为止最大的海外内容合作项目。未来3年里，双方除了进行影视项目合作外，还将开展网络视频等衍生产品的开发。双方将充分发挥各自的优势，抢占国内外电影市场，让中国元素走向世界，让世界经验来到中国。(高 炳)

3月13日，因主要演员王学兵涉毒事件导致下档危机的影片《一个勺子》片方发布一款“人生无奈，学好归来”海报，主演兼导演陈建斌带领另两位演员蒋勤勤、金世佳排成一队，光脚走过一条无人公路。而陈建斌身后的地上多出了一道影子，这个位置无疑属于王学兵。“学好”二字一语双关，既是王学兵的微博名字，也表达了片方对其痛改前非的期盼。此款危机公关海报立即引发热议和称赞，在微信朋友圈被大量转发。

3月14日，正处于宣传白热化阶段的电影《失孤》的一款以圆周率3.14为创意的海报，又在微信朋友圈刷屏，几个小时内被转发数万次。海报以圆周率小数点后数十位数字构成一个钟表的表盘，指针则指向电影上映时间：3月20日，表盘上“因为世界很圆，所以终会遇见”的字样，点出了《失孤》的寻亲主题，新颖的创意博得一片赞誉。

《失孤》海报制作团队创造的惊喜还没有结束。3月17日，《失孤》的又一款海报在微信朋友圈再次实现了大面积病毒式传播：一团看似杂乱无章的纵横线条交织在一起，初看令人摸不着头脑，但如果按照海报下端的提示去做：闭上一只眼睛，倾斜手机，从充电孔的方向和手机侧面去看这幅图，就会



近期在新媒体上广受关注的电影海报

发现那些纵横线条显示出“电影失孤3月20日温暖献映”的字样。这个前所未有的崭新创意，令人拍案叫绝。

3月中旬以来，一连串优质电影海报面世，广受关注的还有《万物生长》、《咱们结婚吧》、《少年班》等影片的海报。它们与传统电影海报不同的风格、样式、手法等在坊间流布，花样翻新，亮点频出的电影营销阶段，又催生了一批新的“吸睛”利器。

### 年轻电影人脑洞大开

海报可以说是电影宣传最基本的物料。对大众而言，电影海报并不陌生，但也很少带来大的惊喜。而且，多年来国产电影海报时常因为山寨好莱坞电影海报而被吐槽。去年，电影《黄金时代》公映前，一系列广受赞誉的海报横空出世，绝大多数由内地的竹也文化公司黄海一个人设计，媒体认为，这说明国内原创力量的崛起和正在试图摆脱“山寨”道路。由远山公司设计的姜文电影《让子弹飞》、《一步之遥》海报以及张艺谋电影《归来》、徐克电影《智取威虎山》等的海报，也被当做业内标杆。

正在高速发展的电影产业，移动互联网行业的新月异及其



对电影产业的参与，尤其是自媒体的日益活跃，对电影物料的创新、设计、制作和传播不断提出新要求。传统电影海报如何在新的媒体环境下，结合已经成为观众主体的年轻人的需要，真正起到“吸睛”作用，并且转化为观影动力，是业内人士日益重视和付出努力的问题。

参与《失孤》营销推广工作、策划传播该片3.14海报的北京无限自在文化董事长朱玮杰认为，海报以前贴在线下的一些场所，如影院、商场、写字楼等，但在互联网时代背景下，新媒体海报现在可以出现在网络、手机、App等多个渠道上，而且更多样化，内容更具有创意，更贴近时代，从情感的层面，激发受众的关注，思路比传统海报更广，用流行的网络语言说，就是“脑洞更大”。“不看电影的人，也许不会关注传统海报，但新媒体海报，就算从来没有看电影的人，也会去转发，受众会觉得这是一种流行文化。”

华信博文化传媒有限公司总裁周海峰认为，传统电影海报分为先导

海报或概念海报、中期的剧情海报、人物海报以及最后的终极版海报等，而新媒体电影海报往往结合社会热点问题，结合“80后”、“90后”的需求，还有一帮技术好又爱玩的年轻技术人员，擅长将朋



友圈中的心灵鸡汤变成共同感受性的东西，做成功态海报，极易引发互动共鸣，很容易刷屏。

“业界现在最急切需要解决的重点问题就是物料。”《综艺报》电影中心总经理朱玉卿指出，目前，国内缺乏好的电影海报设计人才，绝大部分海报仍在模仿好莱坞秀美腿、背脊背、大头贴、邪恶眼等套路，“但现在电影海报的呈现方式和载体都发生了变化，比如现在海报在手机上大量传播，它需要具备什么样的特点大家才愿意去传播呢？片方做传统的海报，印几万张，还有没有意义？大家应该好好思考一下。”

### 一款成功的海报 价值两千万票房？

曾有人说，国产大片的一款成功海报能带来两千万的票房。朱玮杰认为，一款成功的海报对票房绝对有帮助，他们专业的数据分析研究团队发现，《失孤》的百度指数在3.14海报发布后由3万多点暴增到4万多点。至于什么样的海报才算成功，他认为，应该一方面有良好的传播性，另一方面能够落在电影上，也就是“出得去”、“回得来”，既能让大家感兴趣、愿意传播分享，也能够跟电影本身有机结合，不至于“落空”和“走偏”。比如《失孤》的3.14海报就是这样。圆周率这个永无止境的无理数，与《失孤》男主角在茫茫人海中毫无头绪地苦苦寻子15年非常相像。表盘被设计成了圆周率的圆，与电影中的“缘起”、“缘聚”相呼应。圆在中国的传统思维方面，也象征圆满，寓意一家人围绕在一起。

日前，《综艺报》电影中心举办的“破译电影海报密码”沙龙上，浙江特



立宙动画出资10万元，以一个月的时间，为亲情、喜剧动画电影《少年师爷》寻找最佳海报创意。周海峰认为，“10万元并不多，其传播价值远远大于10万，如果投放一个广告，针对自己选定的人群，可能扔下去也并没有很多人看见。”据他介绍，目前业内做一款电影海报，顶尖的要50万元起，最贵的超过百万元，一般的一两万元，“如果是个人的小作坊，几千块钱就能拿下”。

### 全民创意，万人传播

近来引发热切关注的这些海报都有一个明显特点，就是病毒式传播。在新媒体上，这些海报利用口碑相传，像病毒一样迅速复制、蔓延，迅速扩散到数以千计、万计的受众，“让大家告诉大家”。所以，这些新媒体海报，又被专业人士称为“病毒图”。在微信上，很多人又在图片之前增加了自己的解读，成为一种互动和再创作。

朱玉卿十分看好目前有人正在研发的一种互动海报，它以全息影像构成人和场景的结合，观众站在一个电子屏前，就可以和海报里的主人公身份互换，拍下照片后观众会觉得很好玩，这是复制，也是创作，还能再度进行传播。他觉得这才是理想的海报。“未来的海报应该是全民创意，万人传播，这是一个趋势。2017年，我们国产电影就要跟好莱坞真刀真枪地对战了，如果我们连子弹都造不出来，有什么能力保护自己？”

周海峰认为，目前国产影片方对待海报的重视程度仍然不够，导致业内做海报的不少还是小黑屋的作坊形式，“一台电脑，几个哥们儿，创意还在国外色情和暴力的理念上进行延伸。这种观念还需要改革。”

“目前所有精彩的国内海报，都说明内地的海报设计进步很快，但这一方面是源于一些设计师个人的才华和创意，也有很多是源于团队的力量、集体的智慧。天才的设计师很难得，更多的需要团队协作和头脑风暴，这样也许更容易出好的作品。”朱玮杰认为，总体来说，电影的新媒体营销所占的比重越来越大，各种病毒图片和视频等对于营销推广必不可少，“但这种物料重点不在于量，而在于质，而且有些灵光一现的好创意，源自丰富的营销经验以及平时对于整个产业的观察、理解和经验积累”。

## 等闲且看魂归来

### ——观上昆精华版《长生殿》

杨楠霏

又是草长莺飞二月天，当昆曲艺术周来到国家大剧院，便有场场好戏夜夜登台。由上海昆剧团带来的精编版《长生殿》，水袖翩跹，流连时舞，钿盒金钗出现之后再演一次，海誓山盟许过之后又许一遍，相爱的皇帝妃子花前月下互诉衷肠，临终之前却未能好好告别；当贵妃牵起白绫，当美人魂断马嵬，曾经的一切，就真的再也回不来了。

上昆可能是全国目前唯一有气魄排《长生殿》的院团。虽然无论是2010年的四本完整版长生殿，还是现在八折唱念做俱佳的精华版，气质都立在那里，前六折的年轻演员唱腔里带着鲜艳淋漓的青春朝气，后二折的老艺术家经岁月雕琢过的一颦一笑更让人叹服。然而，剧情却是从头到尾都在悲，悲切切光阴在再人暗换，空感戚玉盒钿钗断肠，赚断眼泪，乃至令人出了戏场也笑不起来。

“絮阁”一出中，杨贵妃与梅妃争宠，在唐明皇面前，杨贵妃所表现出的醋意、娇嗔，千娇百媚欲语还休，难怪唐明皇对她宠爱有加。

青年演员余彬、将妒妇的刁蛮、贵妃的雍容和官人的谨慎演得淋漓尽致，眉间美媚之至，举手投足间万般风情。

中年版贵妃和老年版明皇，68岁的张静娴和74岁的蔡正仁老当益壮，嗓音依旧清亮婉转，无论唱功、做功，毫不逊于许多当打之年的演员。蔡正仁12岁学戏，19岁开始扮演唐明皇，他的演绎自是风流多情，但又不失帝王风范，其一举一动，一喜一悲，都拿捏得恰到好处，适得其所。张静娴演绎的杨贵妃与梅葆玖、史依弘的杨贵妃相比，自是雍容华贵，别有风韵。

最后二折，年事已高的蔡正仁与张静娴乘辇而上，腾腾白雾在他们身后氤氲蜿蜒，似是玉帝与仙女降临人间，甫一开口便是牵动人心的“天淡云闲”，字正腔圆、音韵悠长，想起后面的情景悲怆，与此时此日的旖旎风光相较，更是让人止不住地落下泪来。好似七月七日生辰殿，刚刚结束夜半无人的恩爱私语，但眨眼间便走向石破天惊的结局。



《长生殿》中张静娴(左)、蔡正仁在昆曲

“埋玉”一折，六军不发，兵临城下，便是皇家贵胄，也是无可奈何。那一株梨树，那三尺白绫，玉环的哀绝，力士的不忍，飘飘渺渺，徒留君王的空自叹息、闷断愁肠。于是长生顿成奢望，长恨沿袭千古。

戏曲本来就是时尚的艺术，明人王骥德有言“声腔每三十年一变”，昆曲也正是经魏良辅而得到革新与发展。在这样一个春风沉醉的夜晚，昆曲经典在当代的扎实传承与花样翻新，都在继承着文心之精粹，民族之魂魄。繁复的大场面，声光电的效果属于当下，但是勾栏瓦舍的传统，一笛一鼓的悠扬，总是在不经意间，将属于昆曲的精诚与魂魄代代相传。

故有诗曰：  
长生殿畔话长生，不见君王肠断声。  
百转千回水磨调，一腔一韵总关情。