《流浪地球》

春节档电影作为一种民俗文化已经介入大众精神生活，打破全球影史单一票房最高纪录等诸多欣喜让电影再次成为全社会、全媒体讨论的话题中心。春节档虽精彩纷呈，却表现出“高开低走”的疲软姿态，观影人数下降，票价升高……业界应理性审慎对待电影业的繁荣，纠正对春节档的认知误区。

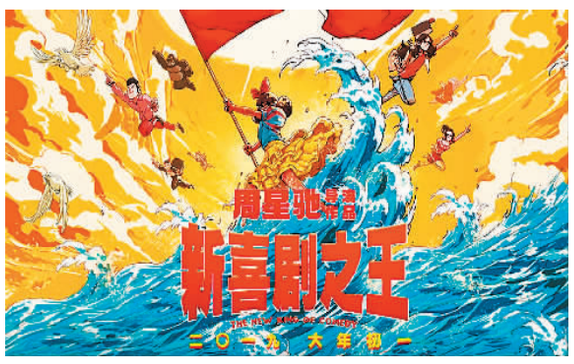
文化意义与市场探索

——2019春节档及“后春节档”电影观察

□饶曙光

《疯狂的外星人》

《飞驰人生》



《新喜剧之王》

本文配图4部影片是春节档四大“种子选手”，它们的热映形成一种文化现象　　图片均来自网络

当贴春联、剪窗花、看春晚、拜年等传统民俗赋予春节传统之美，观看电影、运动健身、手机红包、假日旅游等新民俗的兴起则为过年注入时代感、时尚感和生命力，显现出国人对美好生活、高品质生活的追求乃至“升级换代”。2019年春节档正月初一（2月5日）至正月初七（2月11日）上映的影片自然以“百舸争流、奋楫者先”的姿态吹响号角，向全国观众呈现新时代中国电影新发展、新景观。《流浪地球》《疯狂的外星人》《飞驰人生》《新喜剧之王》《神探蒲松龄》《小猪佩奇过大年》《廉政风云》《熊出没·原始时代》等影片联手上阵，以喜剧、科幻、动画、犯罪、嫌疑、奇幻、动作等类型以及类型杂糅，有效进行类型拓展，形塑了风格各异、制作精良、题材丰富的创作格局，口碑与质量均有所提升，满足了当前不同观众群体日益多元化、差异化的观影诉求，最终以58.4亿元的票房收官。春节档及其“后春节档”——正月初八（2月12日）至十五（2月19日）频现亮点，打破全球影史单一票房最高纪录等诸多欣喜让电影再次成为全社会、全媒体讨论的话题中心。可以说，春节档电影作为一种民俗文化已经介入大众精神生活，显现出基于本土经验和全球视野的东方美学气质。

融汇积极的中国精神内核

纵观近年来的春节档票房冠军，从《美人鱼》《西游伏妖篇》到《唐人街探案2》，洋溢着合家欢式的喜剧精神，今年的《流浪地球》则让喜庆的春节迸发出想象未来的磅薄气质，再加上《疯狂的外星人》《飞驰人生》《新喜剧之王》等四大春节档“种子选手”发挥较为稳定，各有特色，在市场表现之外还显现出丰厚的美学气质和文化意味。比如郭帆执导的《流浪地球》，在“人类把地球推离太阳系”的镜像中，传达了中国人孕育于农耕文明之上的对土地和家园的深沉情怀，其中所承载的愚公移山精神和集体主义内核，是对“人类命运共同体”理念的生动诠释与表达。再如《疯狂的外星人》以荒诞性和底层性为底色，用喜剧和科幻类型恰到好处地包装起指涉现实生活和人类文明的寓言故事，在世界公园这一象征性空间里，即便外星文化、西方文化与市井文化的碰撞和冲突显示出解构与反讽的格调，却在驯化与被驯化的关系里蕴藏关于“文明和个体彼此平等”的深层追问和思索。还有韩寒的情怀之作《飞驰人生》，用更为纯熟的喜剧类型讲述了跌落人生谷底的赛车手在逆境中奋进的故事，其间所传递出的对理想不屈不挠的热爱，温暖和打动着银幕前每一个为生活打拼的观众。再有周星驰的《新喜剧之王》，讲述了怀揣理想的平民小人物执著追逐梦想的故事，尽管被诟病为略显俗套导致票房未尽如人意，但能解其中味的观众也不在少数，梦想被“践踏”的尴尬里透露着不变的“奋斗”和“努力”，在不露声色的长镜头里诠释了周星驰对人生“如梦”的真正注解。

毕竟，好电影总会与人心相遇，如若提炼这几部影片的关键词，“生存”“平等”“理想”“奋斗”等关乎普通人现实生活的字眼，无不拨动着银幕前观众敏感的神经。而周星驰、宁浩、郭帆、韩寒等老中青导演已然驾轻就熟地在类型化叙事中融汇积极的中国式精神内核，逐渐显现出主流商业电影的成熟姿态。正如习近平主席在2019年新年贺词中所说的：“我们都在努力奔跑，我们都是追梦人。”春节档电影作为一种新民俗的文化意义和价值或许就在这里，笔者将之称为春节档美学，它不仅是当前社会文化的折射，也将成为对我国电影生产观念、制作技术以及类型探索的一种综合检验。

从某种程度上说，春节档电影的热映所引发的社会舆论更像是一种文化现象，比如刘慈欣科幻小说再次掀起热潮，科幻迷关于烧脑硬核科幻知识的争执讨论，电影台词“道路千万条，安全第一条，行车不规范，亲人两行泪”开始覆盖苏州等城市的高架，作为映前广告的网络短片《啥是佩奇》刷屏朋友圈……电影在春节档的助势下更突显出作为媒介的力量和角色。作为话题的电影已经成为春节期间社交活动的重要内容乃至“亲情纽带”，将会在嵌入春节习俗的同时迸发出影像媒介的巨大力量，“一切皆有可能”。

理性审慎对待业界的繁荣

不过，从市场层面来讲，这一曾被预期“史上最拥挤、最激烈”的春节档虽精彩纷呈，却表现出“高开低走”的疲软姿态，合家欢电影也并未显现出理想中的增速，一切都显得有些差强人意。今年春节档总场次达289万场，同比增长23%，观影人数1.3亿人次，同比下降近10%，场均人次为47，同比下滑12%。今年春节档58.4亿元的票房成绩，相较去年同期的57.71亿元，同比增幅1.2%，几近停滞，远远低于去年66.94%的增幅，相较于正月初一势如破竹般的各种历史性突破，初二之后的大盘下跌让业界开始理性审慎对待业界的繁荣。

这一巨大反差的背后折射出内地影市的诸多问题。在笔者看来，观影人次的指标比票房指标更重要，更值得深入分析和探讨。事实上，因为中国电影的票价一直偏高，在很大程度上抑制了观众观影习惯的养成，从长远来看，这不利于中国电影可持续发展。从今年春节档来看，观影人次及观影热情都明显下降，尤其是被称为春节档票仓的三四五线城市，主要原因在于高票价消磨了不少观众的观影热情，平均44.8元的高票价创历年春节档新高。往往与高票价相伴而行的是盗版成风的问题，其实早在上世纪90年代中叶就有过相似的问题，当时分账大片的引进在将观众拉回电影院的同时，也刺激了票价的大幅上涨，如1998年《泰坦尼克号》的票价就高达80元一张，这之于彼时刚从通货紧缩压力中走出来的普通观众来说，无异于奢侈性消费。2004年，中国电影家协会曾对北京、上海等城市作过一项电影消费的报告，结果显示，恰恰囊中并不富裕的人是最有观影愿望的，这些人在电影观众群落中占比最高。由于高票价的阻挡，看10元的盗版光碟成为坊间流行的新趋势。20年后的今天，由于供需关系的变化和票补的减少，电影票价较往年有所上涨，相同的问题再度发生，今年春节档上映影片悉数被盗版，损失巨大，以致于国家版权局将这8部影片列入“2019年度第一批重点作品保护预警名单”，可以说，高票价、高清盗版不仅是今年春节档的天敌，而且对于中国电影长期可持续繁荣发展的消极意义、“蚕食作用”不可低估。

值得注意的是，中国电影存在的市场结构性问题在春节档也开始爆发出来，主要表征为资本驱动下的市场乱象迭出，究其本质原因，制片、发行与放映之间激烈的利益博弈从未真正的休止。今年春节档的一些问题发生在直接决定票房的排片环节，这高达8部的拥挤踩踏，分流效应明显。由于业界对市场激烈把握不足，缺少科学的票房预测系统、量化分析体制，导致排片问题迭出，比如《新喜剧之王》遭遇“停秘钥”，甚至还有发行方为了提高排片，对影院有额外的“排片奖励”等潜规则，这种自杀式的操作其实也暴露了我国电影主要靠票房一决胜负的尴尬局势，这些问题都亟待中国电影业进行结构性优化调整和法治规范。

对春节档的认知误区亟待纠正

笔者认为，当前电影业对春节档产生了一种认知误区，认为整个春节档的电影之于观众来说是一种刚需。但是就实际情况而言，观众的观影需求在正月初一、初二一定程度上是刚需，这时价格偏高的因素对于观影行为影响并不大；但是初三之后，短途旅游、走亲访友会提上很多家庭的日程，看电影则成为众多文化娱乐、旅游等活动中的备选项，电影票价格偏高的因素就被推向前台，成为将观众挡在电影院门外的重要因素。不少网友集体性吐槽期盼“车厘子自由，奶茶自由，电影票自由”，应该引起我们的高度关注和深入思考。

事实上，保障高票房的关键是高品质和好故事，好口碑对影片票房走势的决定性作用越来越提前，越来越明显。在笔者看来，观影人次的增长，更多观众观影习惯的养成，更多观众观影频次的提高，以及更多观众对国产电影的信任度、美誉度的提升比单纯的票房指标更重要。毕竟，观众对国产电影的信任度、美誉度将会定义中国电影的未来。近年来春节档的市场意义就在于，它启示我们要从制作技术、类型融合、工业经验、专业人才、传播渠道等层面进一步升级换代，用高技术讲好中国故事，并且从单一的票房经济转型升级为真正意义上的产业经济、版权经济，有效提升中国电影的整体实力、综合实力及其市场竞争力。当然，最根本的是中国电影必须与观众保持血肉关系，与观众达成情感的沟通，打造新时代中国电影的“共同体美学”。

电影《流浪地球》广受赞誉

出品方之一、中影股份总经理喇培康：2014年初，中影股份正式决定启动《流浪地球》拍摄计划。郭帆导演对拍摄科幻电影有独到的研究，而且特别有激情有想法，我们定下郭帆就充满信心。2017年北京文化加盟进来，还担任了这部影片的承制方。今天这部电影大获成功，虽然是意料之中，但成功到这样的程度，确实没有想到。《流浪地球》的胜利，是出品方和宣发方主创团队的胜利，更是中国电影体制的胜利，没有十多年来中国电影体制的改革和发展，没有全体中国电影人的艰苦奋斗，形成积淀，就没有《流浪地球》的厚积薄发。

出品方之一、承制方北京文化董事长宋歌：这几年从《战狼》《我不是药神》《无名之辈》包括《流浪地球》的成功，我们总结出几点经验：首先，中国电影的题材和类型其实还有很多没有被拍摄到的，还可以进行很多方面的创新。第二，整个电影一定要有让整个社会和民众积极向上的价值观。第三，要用观众喜欢的电影语言、用最先进的电影技术来拍摄、制作电影。

中国传媒大学新闻学部学部长高晓虹：这部影片用艺术的手段诠释了人类命运共同体这样一个非常重要的主题。影片中最终的任务虽然由中国人提出并且实施和完成，但是整个计划是全人类群策群力的结果。所有的主角都是英雄，而且都很努力，拯救地球靠大家。这是用电影语言表达科幻内容，其实也是一种希望。全球各地各民族的人们为了同一个目标，为了让地球和人类存在下去，团结在一起，共同抗争，正是所谓“和而不同”的理念。

剧作家、电影评论家赵葆华：《流浪地球》是在中国电影业的一个关键节点上出现的一个关键性作品。上个月前，中国电影业还笼罩着一片愁云惨雾，认为中国电影业遭遇寒冬，可持续发展动力丧失，数量下降，好作品流失，这是一些人的判断。可是《流浪地球》的出现却给我们带来了充满希望的春天的力量，让电影业的可持续发展依然动力十足。《流浪地球》也是中国电影由电影大国走向电影强国的一个标志性、代表性作品，无论书写方式、制作方式都是颠覆性的，充满创新性的。

中国科协党组成员、中国科技馆馆长殷皓：我们把这部电影作为第一部收藏电影收藏到中国科技馆。《流浪地球》推动中国科幻走向世界，也预示着我们的科普、科幻系列作品正在迎来黄金时代。中国科幻作品发展历程中，《流浪地球》占有一个非常重要的位置，是一个标志性的作品，这次横空出世是一个里程碑，预示着中国科幻作品从杂志、图书走向了影视的新时代。

电影频道节目中心副主任陆红实：从《流浪地球》看到了新导演的崛起和观念的演进。他们身上体现出让我们耳目一新的创作特质，一是更接地气，也就是说对时代和生活的新变化更加敏感；二是在美学上有站在前沿面向未来的气质。具体到《流浪地球》来说，是具有非常鲜明的当代性或者时代性，年轻一代对于虚拟世界的认知和体验，提升了我们的科幻想象力；在中国融入全球化并提出人类命运共同体理念的过程中成长起来的新一代导演，有了更宏伟的世界观，或者说宇宙观。当然这部片子还是借鉴了好莱坞，但我们也可以看到它具有非常鲜明的中国特性。

中国电影制片人协会理事长明振江：中国电影的创作有一个惯性思维，被认为习惯于向后看，美国电影是向前看，我们电影写历史的多，写未来的题材微乎其微。但《流浪地球》极大地适应了中国老百姓的观影需求，中国太需要这样仰望星空的电影作品了。这部影片没有把钱花在流量明星上，而是用在电影场景、道具、特效、数字制作上，这是新观念、新方法、新表达结出了新的成果。有人说春节档放灾难性的影片不合适，应当多放合家欢电影，但我觉得《流浪地球》恰恰很契合春节档另类合家欢的主题，《流浪地球》实际上表达的就是流浪和回家，人们为了生存到处流浪、探索、拼搏、奋斗，为了回家不顾一切地疲于奔波、迁徙、辗转、劳顿。春节大团圆，看这样电影是天时地利人和。

北京大学教授张颐武：《流浪地球》已经成为一个社会文化现象，不仅仅是一部电影。电影可以在文化中发挥作用，通过这部电影已经得到了非常好的证明。春节期间大家都在讨论“行车不规范，亲人两行泪”和“北京第三区交通委”等。电影工业过去现在未来都面临压力，2018年我们国内国外都面临压力，但是民族精神喷发的时刻被我们这个电影抓住了，可能是无意中的，也是必然的。整体来看，这是一部关乎民族精神、关乎中国社会的指标性作品。

网络影视评论专家汪海林：在观影过程中，我心中升起一种骄傲之情，这骄傲从哪儿来？可能是多年以来中国电影艰难的发展历程，跟《流浪地球》描述的史诗性苦难历程有某种暗合。看这部影片的过程中，我们电影人会产生一种强烈的愿望，就是跟好莱坞抗衡的历史时刻到来了。

网络影视评论专家谭飞：电影的整个故事可以演化为三个成语：愚公移山、大禹治水和宁为玉碎不为瓦全，这是特别中国化的故事。这部电影很大的一个优点就是准确：背景交代准确，剧本画面剪裁以及配乐准确，煽情点准确，演员选角准确。

（本报记者**苗　春**整理）

以科技成人之美 助青年智造将来

□冷　凇　王　云

几年来，在国家政策鼓励和科学技术不断创新发展的背景下，科技类综艺节目相继涌现。这些节目通过跨界混搭的形式把科技同娱乐、对抗等综艺元素相结合，或展现科技前沿发明，或科普趣味知识，或开展人机竞技，获得了观众的广泛赞誉。

浙江卫视公益性科技综艺节目《智造将来》没有沿袭既往科技类综艺节目推崇的炫酷、烧脑和刺激的噱头，而是将目光从科技本身转向科技改变生活，立足当下。防火抗压耐久的新型涂膜材料，处理精细化工作的机械臂，应用在衣食住行等领域的3D打印……这些中国“智造”展现出科技改变生活的无限可能。节目讲述了许多通过科技实现梦想、点亮人生的温情故事：P帕系统辅助器帮助行动不便的帕森斯患者稳步前行，3D打印帮助不能正常行走的少女重获新生，微小卫星把普通人的梦想发射到太空中……这些故事释放出情怀和力量。巧妙的发明、震撼的挑战和动人的故事，使综艺与科技同频共振，帮助青年观众树立起把科技发展与社会需求有机结合起来，用科技服务社会、造福人民的信念。

《智造将来》把幕后科技工作者放到聚光灯下，给青年科技创新项目提供了展现自己才华的舞台，也让青年了解到惠及百姓的这些科技项目背后艰辛的付出，科研也一改沉闷、枯燥的刻板印象，变得既有趣又有益。

主持人蒋昌建与女机器人蒋莱莱一起主持节目　　出品方供图

第二届全国中小学生创意大赛启动

中央电视台少儿频道原创大型创意季播节目《哎哟，没想到！——第二届全国中小学生创意大赛》日前启动。

大赛依托央视少儿频道创意栏目《看我72变之创意少年》，聚焦6至14岁核心观众群，从即日起至2019年暑假，集结全国少年儿童，通过“发现创意少年”“展示创意少年”“激发创意少年”“成就创意少年”4个阶段的比拼，全方位培养孩子们的创新思维，激发创造能力，提升孩子们的人文艺术修养和科学素养。

最后的3支团队将在演播室“艺术化”呈现创意作品，通过评委会点评和投票，决出全国冠亚季军团队及单项奖。大赛将制作成10期电视节目在央视少儿频道播出。　　（**关　昀**）