

“史上最强国庆档”票房 50 亿元创新高 春节档电影吊足观众胃口

中国女排 2020大年初一



《中国女排》宣传海报

本报综合消息 国庆档余温尚存,2020年春节档就已经吹响了“集结号”。连日来,《中国女排》《妈妈》《唐人街探案3》接连发布预告片,吊足了观众的胃口,也让春节档的期待指数噌噌上涨。那么,在国庆档创下50亿元新高后,春节档还有多大潜力可挖呢?

围绕这一话题,在“国庆档回顾电影沙龙”上,伯乐营销创始人张文伯、阿里影业宣发总经理杨海、灯塔研究院院长牧晨等嘉宾展开探讨并认为,如果明年春节档能够从类型和内容上有所突破,保证影片内容质量,另一方面拉动新用户、唤醒存量用户,那么2020年春节档票房市场将再上新台阶。

今年国庆档适逢新中国成立70周年,在《我和我的祖国》、《中国机长》和《攀登者》等主旋律影片的强势带动下,8天内票房突破了50亿元大关。灯塔研究院院长牧晨分享了这背后出现的一些行业新趋势,比如:档期内购票观影用户中,女性占比较去年增长显著,提升了7%;00后和70后成为了今年国庆档新用户的增长主力;19岁以下、40岁以上的新用户占比都超过了20%;同时,一二线城市的存量用户也开始在今年国庆档更多地购票观影。

“史上最强国庆档”的诞生,也产生了连带效应,让2020年春节档的重点影片提前进入观众视野。《唐人街探案3》《中国女排》《姜子牙》《紧急救援》等多部影片,都以“贴片”的形式成功蹭上了国庆档的热度。据统计,在距离春节档还有100天时,淘票票用户对几部影片的想看热度已达到39.8万,较去年增长了近200%。

那么,国庆档的成功有可能复制到春节档吗?张文伯认为,今年国庆档的火爆与全民爱国情绪的高涨密不可分,因此这样的热度很难复制,而春节档如想再创新高,则需要将目光投向更广的社会环境,使宣发内容符合大众情绪。另一方面,牧晨分析,国庆档三部大片都呈现出超高口碑,这是以往各档期都没有出现过的,因此2020年春节档最终能达到什么高度,关键在于高质量的影片供给。对此,张文伯也很认同,在他看来,观众对2020年春节档的超高期待,意味着必须给观众更好的体验才能满足,反之则可能造成口碑的崩塌。“为什么迄今为止大年初一领跑的影片从来不是最后的赢家?因为最终决定这场马拉松比赛输赢的,不是明星也不是宣发,而是电影本身的品质。”

杨海则表示,如果明年春节档影片能从类型和内容上有新的突破,引发更年轻或更年长的增量观众走进影院,会让春节档有新的局面。“通过《中国机长》,能看到《中国女排》的成长机会,因为它也是真实事件改编,与家国情怀相关联,穿透了几代人的情感,并且明年还是奥运年,在春节期间这样的情感连接会成为一个非常强的力量。我认为《中国女排》会有很强的增长力。”杨海举例说。

灯塔研究院的数据分析还显示,目前国庆档和春节档购票用户重合度不足1/4,证明市场仍有巨大潜力待挖掘。牧晨表示,如何进一步挖掘00后和70后新用户,同时唤醒一二线城市和95后存量用户,将成为春节档能否冲击100亿新纪录的关键。(李俐)

曾经的民谣歌手艾敬 回家乡沈阳办大展

本报综合消息 10月末的深秋,艺术家艾敬回到了家乡沈阳,做了三件事情:将雕塑作品《艾的祈祷》落户在沈阳莫子山公园,举办了《我的母亲和我的家乡》新书发布会,以及在沈阳广电传媒博物馆开辟了“艾敬空间”。这位满怀故土情思的艺术家,在20多年前还是歌手的时候,曾唱过这样的歌词:“我17岁那年离开了家乡沈阳,因为感觉那里没有我的梦想”,表达出一种决绝的宣言。然而随着时光的流淌,家人、家乡这些意象在艾敬的艺术水潭中慢慢晕染开来。4年前,艾敬的母亲去世,这让她开始发现“我的梦想就在这,只是因为我已经走得太远。”

《我的母亲和我的家乡》是一本厚重的画册。全书中英双语,5万字,200余幅彩图。它的源起要追溯到2018年艾敬在沈阳中国工业博物馆举办的个人艺术展“我的母亲和我的家乡”,展期3个月,展出作品有架上绘画、大型装置及雕塑,展览引发了强烈的关注。在艾敬看来,这本同名的书籍就是对展览的一次文本总结。艾敬在书的第一页写道:“谨以此书献给我的母亲。”

“没有我对母亲强烈的怀念,也没有这个展览”,艾敬说。展览中最引人瞩目的一件作品,是一件写满了“LOVE”字样的挂毯,宽6米,长16米,它是艾敬的母亲在生前和54位家乡的乡亲、邻居、亲朋好友们一起动手编织而成的,“这是一个集体劳作的行为,他们把自己家里的毛衣毛裤都拆了,愿意让我当作作品来展现。”在挂毯前面,艾敬安放了一正在低头编织的母亲雕像,以此来寓意千万母亲的形象。

艾敬为人们所熟悉的身份是原创歌手,在上世纪90年代,她的《我的1997》《艳粉街的故事》等歌曲唱响大江南北。从热闹的娱乐圈隐退之后,艾敬走进了当代艺术的大门。1997年在美国纽约的“漂泊”经历,让她真正开始与当代艺术产生共鸣,后来看到哈林·凯特的展览,让艾敬无比激动,她更加坚定了音乐与视觉艺术创作内在联系是对爱的诠释。

很多人认为,艾敬从流行音乐转向了当代艺术,是从大众转向了小众。艾敬并不认同,她不希望将艺术局限在一个很小的范围,或者去附庸某种“高冷”的格调,“我是从流行文化而来的,我对大众的审美很熟悉。”因此她一再在自己的艺术实验中注重观众的参与感。如果说从音乐到现代艺术,有什么是没有变的,那么可能就是她的朴素表达。“在我的创作中最朴实的情感,最直白的表达很重要,这似乎是我的标签。我之前的音乐创作,也是很直白很朴素的语言,没有华丽的词藻,我也很讨厌那种华丽的修饰感。朴实的感觉一直存在我的创作中”,艾敬说。(成长)



艾敬(资料图片)

“时代号子手”霍尊唱方言号子

有信心演绎好这一类型的音乐

本报综合消息 大型原创音乐文化节目《劳动号子》正在广东卫视每周五黄金档热播,节目通过不同年龄的实力歌手演绎各种风格的“号子”,引起一片好评。其中一位“时代号子手”霍尊接受采访时表示,自己所生长的年代虽然与“号子”距离较远,但他依然有信心演绎好这一类型的音乐。

霍尊坦言,收到节目组邀请就被勾起了挑战的兴趣,“我对这个类

型的音乐很陌生,可能我没有办法演绎出歌曲当年的情感,但劳动精神是相通的,所以怀揣着质朴、纯粹的心态去演绎,反而没有压力”。

在节目中,霍尊选唱了各个地方的方言号子。谈及选曲标准,他道出了一个共同点:“就是旋律性,首先旋律还是要好听,否则可能怎么样都不行。”霍尊认为,做音乐不能一味寻求突破,那样会失去本真,迷失自己。(曾俊)



霍尊