

# 新年逛影院 观众爱《宠爱》



《宠爱》宣传海报

**本报综合消息** 过去的一周，虽然只有元旦一天的假期，但市场依然抓住这个机会，在“新年”和“爱”字上大做文章，包括《宠爱》和《亲爱的新年好》两部新片在2019年最后一天入市。最终，《宠爱》凭借片中多位年轻偶像和萌宠动物的表现，成功占据了票房的头把交椅。

这几年，跟动物有关的电影都能获得观众的关注。尤其是2017年《一条狗的使命》在国内公映，片中这条叫“贝贝”的狗的命运紧紧牵动着观众的心。影片最终取得了6亿元的惊人票房。很多观众居然还自发地带着宠物进电影院包场。《宠爱》这一次主打“跨年合家欢”的牌子，影片由6个电影片段组成，每个片段讲述了一对青年男女与萌宠发生的故

事，在温情动人的故事背后，更多的是在讨论“爱是什么”，人们如何发现爱，收获爱，并且重新学会爱等话题。

《宠爱》公映首日，以39%的排片占据首位，并取得了1.7亿元的票房。不过这部影片在后续力上并不强势，上映6天，票房为4.3亿元。该片在网上的评分为6.2分，算是及格。有观众认为，动物有时候是一面镜子，当我们把爱投射到动物身上的时候，其实最终照见的是我们自己。观众对于该片的评价分歧较大，喜欢的称自己被片中人和动物之间的情感所打动，“尤其是于和伟和李兰迪最后机场告别的那场戏，差点看得人泪崩了！”但无感的观众却认为，该片“题材有

意思，故事没意思；线索很全面，剧情很单薄；演员演技浮夸，跨年看纯图乐和”。

相比之下，另一部电影《亲爱的新年好》并没有《宠爱》的好运。该片由白百何、张子枫、魏大勋等人主演，改编自丁丁张的小说《只在此刻的拥抱》，由丁丁张监制并编剧、彭宥纶执导。《亲爱的新年好》讲述了30多岁的都市女性白树瑾作为一个北漂者的故事。作为一部主打“治愈系”的电影，该片在具体的细节上并没有做到让观众信服，比如片中白树瑾作为一名北漂，却住在北京的合生汇附近，并且是一个两居室，这显然跟她的经济状况不符合，包括女主在片中使用的首饰等品牌也一样。另外，故事的情节也比较老套，不少桥段让人想起了台湾的偶像剧，尤其是“女主莫名被分手，莫名和张子枫做了朋友，莫名又被魏大勋喜欢”，缺乏生活的真实逻辑。该片目前的票房为6000万元，这应该是白百何最近几年票房最低的一部电影了。

在两个月前《海上钢琴师》的4K修复版国内公映并最终取得1.4亿元的不错票房后，另一部意大利经典之作《美丽人生》的4K修复版也在上周五如约而至，当日取得了将近700万元的业绩。上映3天，该片的票房为2400万元。相比《海上钢琴师》，该片的热度要逊色一些。

作为2020年上映的第一部好莱坞动画电影，《变身特工》承载了许多动漫迷的期待。电影上映3天，票房累计为2500万元，虽然有威尔·史密斯和蜘蛛侠“荷兰弟”作为配音演员加盟，但这部影片并没有引起很大的轰动。作为蓝天工作室被迪士尼收购后推出的第一部动画长片，该片在风格上依然延续了轻松搞笑的特点，尤其是片中的鸽子，几乎承包了所有的笑点。影片在网上的评分高达7.8分，显示它依然受到了不少观众的青睐。

此外，《叶问4:完结篇》和《误杀》依然占据票房的第二、第三名。目前，两部影片的票房都过了9亿元。（王金跃）

## 华语乐坛是否还能“当打”

2020年《歌手》终于公布首发阵容，与曾经万众瞩目的盛况相比，这次激起的水花着实有点惨淡。

7年来，《歌手》几次易名，今年变成了《歌手·当打之年》。按照节目组给出的解释，“当打之年”指的是那些“面对乐坛扛鼎之位当仁不让”、“既有超高音乐实力，又具备领袖乐坛的勇气与冲劲的青年力量”。但看到正式的首发名单后，许多观众不免觉得无趣。毛不易、周深、徐佳莹、萧敬腾、袁娅维、MISIA、华晨宇7位歌手中，徐佳莹、萧敬腾、袁娅维、华晨宇都曾经参加过《歌手》的比赛，毛不易也两次帮唱，只有周深和来自日本的MISIA算得上新面孔。

与此同时，最近几天，一段名为“2000年歌曲大赏”的视频在网络走红。视频中，刚刚出道的周杰伦发行了第一张专辑《Jay》，面孔青涩的他戴着鸭舌帽，口齿不清地唱着《晴天》和《龙卷风》；王力宏改编了《龙的传人》，舞曲节奏、爵士和弦以及当时还很少见的RAP让人耳目一新；金海心当红，《别那么骄傲》火遍大江南北；这一年，还有刘德华的《男人哭吧吧不是罪》、梁静茹的《勇气》、陈奕迅的《K歌之王》、莫文蔚的《盛夏的果实》、萧亚轩的《一个人的精彩》……大家不由得感叹，整整20年了，这些歌手和歌曲依然“霸占”着自己的播放列表。

华语流行乐坛日益没落，近几年来，类似的感慨和担忧无处不在。歌迷的“唱衰”不能说是完全没有道理，至少在过去的10年中，再没有

过像当年周杰伦一般“横空出世”的新人，邓紫棋、李荣浩、华晨宇、毛不易等歌手固然是新生代歌手中的佼佼者，但凭心而论，他们的影响力始终无法企及前辈，经典歌曲出现的频率，同样大不如前。

原因究竟何在？三言两语，实在难以说清这个宏大而复杂的问题，但曾经版权意识的淡薄，一定是十分关键的一点。

2004年前后，我国的数字音乐开始产业化发展，各大门户网站和电信运营商纷纷加入。那几年里，谁没有拿着MP3去网上下载免费音乐或是付几元钱开通一段彩铃呢？运营商们赚得盆满钵满，歌手、制作人和唱片公司却很少能得到应有的收益。

在实体唱片年代，唱片公司和音乐人本来就饱受盗版困扰，在数字音乐的巨大冲击下，生存愈发艰难，自然没有精力进行创作。久而久之，耐听的好歌越来越少。

网络时代，歌迷的“分众”被不断催化，推出真正具有国民度的歌曲比以往更难。如今，借助大数据和各种算法，用户的喜好可以被精准地“猜中”，通过一首正在播放的歌曲，更多相似的作品可以被推荐到用户面前，其他类型的音乐则被逐渐“屏蔽”。民谣、摇滚、嘻哈、古风，音乐的划分变得越来越精细，受众的“黏度”不断增强。我们常常以“出圈”作为一首歌成功的标准，其实，在这样的网络环境中，好的作品并不见得有，只是缺少一个能够被更多人注意的契机，

就像赵雷在小众的民谣圈成名已久，可直到2017年，他才凭借一曲《成都》真正打开知名度；去年热播的综艺《乐队的夏天》发现了那些优秀却鲜为人知的摇滚乐队。归根结底，在成功到来之前，扎实的创作仍然是最重要的。

此外，娱乐方式的空前增多，也减少了我们留给音乐的时间，网络又带来了爆炸性增长的音乐资源。用有限的精力在庞大的曲库中寻找几首钟情的作品，的确比曾经听着磁带和唱片、一首首仔细品味的旧时光要困难许多。“抖音神曲”等网络歌曲，恰好利用了这样的心理。这些歌曲走红于抖音、快手等短视频平台，常以背景音乐出现。为了增强记忆点，它们大多歌词浅显直白，旋律顺耳，“魔性”洗脑。有人认为，“抖音神曲”让华语乐坛雪上加霜。去年，周杰伦在演唱会上被观众点唱《学猫叫》，就让许多网友大为恼火。对待类似的快餐式歌曲，倒不必太认真，比如《老鼠爱大米》这样的歌曲当然是时代记忆的一部分，但终究耐不住回味。听众和时间，最终会证明一切。（高倩）

