

《非诚勿扰2》

被批评广告太多
冯小刚怒战媒体



《非诚勿扰2》剧照

本报综合消息 先是暗指某些媒体“泄私愤”，接着在 2010 年的最后一天连发 5 条微博指名道姓炮轰，冯小刚把一位新华社记者骂红了，成了 2010 年最后一则火爆娱乐新闻。

点名骂人 大表不满
《非诚勿扰 2》自上映以来，3 天破 1 亿元、5 天破 2 亿元的票房佳绩让人们再次领略了冯氏贺岁片的号召力，而其中大量的广告植入与电影放映前近 20 分钟的贴片广告，也成为媒体关注的焦点。去年 12 月 27 日和 30 日，新华社接连发表两篇署名报道，称冯小刚是“广告大师”，批评《非诚勿扰 2》中广告泛滥，与姜文电影《让子弹飞》拒绝 6000 万元植入广告相比，显得很没诚意。对此冯小刚表达了自己的强烈不满，去年 12 月 29 日他在北京电影学院称新华社某记者泄私愤，31 日又连发 5 条微博，点名质问对方“何以对中国电影怀有如此深仇大恨”，并大骂该记者夸大事实、挑拨离间、无端揣测、恶毒诽谤。

票房竞争 白热化状态
冯小刚的脾气近来与其电影票房一样见长。冯氏电影植入广告本来是老话重提，何至于这么生气？原因不言而喻：作为最受瞩目的两部贺岁片，《非诚勿扰 2》和《让子弹飞》的票房战已经进入白热化阶段，谁能笑到最后尚未可知。在这

个节骨眼上，记者把他和姜文作对比，而且是“贬冯赞姜”，可谓哪壶不开提哪壶。

很多网友对冯导表示同情，认为“现代题材电影有植入广告在所难免”。但更多人对冯小刚的开骂表示了遗憾：“冯小刚还是沉不住气啊。你一个大导演至于吗？”

喧宾夺主 人见人厌
据网友统计，除了片头长达近 20 分钟的贴片广告，与《非诚勿扰 1》相比，《非诚勿扰 2》的植入广告涉及的产品更多了，出现频率也更高了，汽车、酒店、旅游景点、白酒、保险、电视……对于新华社“非广告勿扰”的质疑，冯小刚认为植入广告多少是影片类型决定的，“现代戏难道出现的生活用品都是广告吗？难道让演员走着去海南，光着屁股演戏吗？”

纵览近年来的华语电影，植入广告层出不穷，引发的争议也越来越大，几乎成了过街老鼠，人见人厌。《非诚勿扰 1》投资 4000 万元，其中植入广告价值就达 2000 万元，占了一半，冯小刚曾为此向观众公开道歉。到了徐静蕾的《杜拉拉升职记》，广告植入已经占到总投资额的三分之二，该片中有不下 23 处品牌植入，从巧克力、招聘网站到旅游景点，一举创下国产片广告植入之最。而《唐山大地震》公映

时，观众边哭边看价值 1 亿元广告的场景更是中国影迷 2010 年难忘的记忆。

游戏规则 亟待建立
1 月 2 日上午，题为“新华社记者批冯小刚广告大师，你支持谁”的调查现身某网站，征求网友对中国电影的看法，包括能不能接受电影大量植入广告，觉得中国电影的票价贵不贵，一年会进几次电影院，等等。两个人的口水战，眼看就要升级为广大观众和中国电影之间的一场“对话”。

事实上，我国电影中的植入广告与欧美相比只是九牛一毛，仅占票房收入的 1.77%，而在欧美发达国家，这个比例普遍为 13% 左右。为什么在中国广告植入这么不受待见？一些业内人士分析，中国电影的广告植入技巧和策略，都还处于刚起步的阶段。广告植入过于生硬，会在电影里造成喧宾夺主的感觉，直接让观众出戏。广告植入的时机、镜头的选择等都是学问。

中国的影视植入广告之路是骂不出来的。如今整个影视行业都还没有一个对植入广告规范，建立一种良性有效的行业机制来规范电影营销市场迫在眉睫。而如何在植入广告与观众观感当中达到平衡，需要中国电影人深思。（闻心）

石涛一幅画
拍出 1.35 亿



本报综合消息 1.3552 亿！这也是南京拍卖业创造的唯一的一件“亿元拍品”。1 月 2 日，在南京举行的经典秋季拍卖会上，石涛《闽游赠别山水卷》拍出了 1.3552 亿（上图），这一数字也创造了石涛本人单件作品最高的拍卖纪录。据经典有关负责人介绍，本次拍卖会吸引了来自全国各地的买家，两天 6 场拍卖成交率达 94.5%，共拍出 3.26 亿元——这个数字还不包括 2 日晚举行的另外两场拍卖。（冯秋红）

《飞天》拍摄
请教航天英雄



拍摄现场

本报综合消息 由八一电影制片厂拍摄的国内首部反映载人航天工程的电影《飞天》正在北京紧张拍摄，转场湖北、海南取景后，剧组还将赴俄罗斯加加林训练中心实拍航天员训练的场景。

《飞天》由八一厂导演王珈、沈东携手拍摄，刘之冰、李幼斌、巫刚等“军旅硬汉”担纲主演，牛莉、冯恩鹤也加盟该片。自去年 9 月 20 日开拍以来，剧组已先后赴甘肃、内蒙古等地拍摄，为了生动地展示出航天人的精神风貌，逼真地展现航天员训练和太空飞行等场景，主创人员专门到北京航天飞行中心向聂海胜、费俊龙、刘伯明等航天英雄请教，并在专家的指点下打造出了可以“以假乱真”的飞船驾驶舱以及各种训练仪器等道具。该片将于“七一”前夕与观众见面。（王雯森）

电影《山喜鹊》
聚焦新农村变化

本报综合消息 一部以大学生回乡建设社会主义新农村为背景，反映有机农业发展的电影《山喜鹊》日前在北京首映。

《山喜鹊》由中央电视台、山东电视台和淄博市博山区联合摄制，影片讲述了以博山女青年喜鹊、女大学生刘佳为代表的现代青年群体放弃城里的优越条件，毅然来到山区，大力发展有机农业，带领农民走上致富道路的故事。影片由崔立新执导，在新版电视剧《三国》中走红的青年演员刘芊含出演主角喜鹊。（王雯森）

张东健夫妻首次合作拍广告

本报综合消息 2010 年度韩国最受关注的巨星夫妻张东健和高小英，终于首次合作拍广告，并且广告的宣传照近日终于曝光出来。上月 28 日韩国最大的电器名牌之一 LG 电子公开了张东健夫妻为广告拍摄的剧照，引起了非常大的话题。两夫妻是为该品牌今年 2 月即将发行的衣服管理器“TROMM Styler”拍摄广告，广告于去年八月拍摄。

此次公开的广告剧照中，张东健和高小英夫妻摆着不同的姿势，虽然没有任何合照出现，但是无论是登对的外形还是如同情侣装的着装，都让人感觉得到他们是亲密的夫妻。（易娱）

票房



元旦“飞”过 5 亿

本报综合消息 口碑不错又话题十足，还有川话版特别上映，众多利好汇聚一堂，让姜文的《让子弹飞》在上映 17 天后，即 2011 年元旦当天票房“飞”过了 5 亿大关。片方对《让子弹飞》票房的持续增长持乐观态度，预计总票房能够“破六争七”。与此同时，《让子弹飞》本身也成了网络流行语，“让油价飞”、“让炮弹飞”等衍生词也旋即火爆网络。

虽然身处竞争激烈的贺岁档，但《让子弹飞》劲爆的口碑让其飞得又高又远。据《让子弹飞》发行方中影公司公布的数据，《让子弹飞》截至去年 12 月 30 日票房超 4.4 亿人民币，31 日单日票房超过 2200 万，元旦当日票房超

过 3000 万。姜文的这颗“子弹”在飞了 17 天之后，总票房突破 5 亿大关，正式迈入冲六行列。片方对《让子弹飞》票房的持续增长持乐观态度，预计该片总票房能够“破六争七”。影片制片人马珂表示：“有什么不高兴的事儿，看一遍《让子弹飞》什么烦恼都忘了。观众节日进影院就是图个乐儿，而且这部电影最适合亲朋好友结伴去看，情侣一起看了热热闹闹也特别好。所以我们有信心让子弹一直飞到春节。”

《让子弹飞》票房火爆的同时，片中台词也流行起来。比如：“有这个必要嘛”、“都几点了，怎么还睡呀，跟谁睡呀”、“那一年，我也十七岁”等经典台词都被影

迷广泛改编运用。连电影的名字《让子弹飞》也被改编成与民生或者国际时事相关的网络流行词，火爆网络。比如：“让炮弹飞”、“让核弹飞”、“让油价飞”、“让房价飞”等。（杨莲洁）

链接
“扫黄打非”办发文
严打《让子弹飞》《非诚勿扰 2》盗版
全国“扫黄打非”办公室、新闻出版总署 1 月 1 日联合下发通知，要求各地各部门加大对《让子弹飞》、《非诚勿扰 2》等国产贺岁影片音像版权的保护力度，严厉打击盗版行为，促进和鼓励我国电影事业的发展，有效维护音像市场秩序。

通知要求，各地各相关部门

将保护国产贺岁影片音像版权工作纳入当前正在开展的打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品专项行动中，以查办案件为突破口，深入开展打击各类侵权盗版活动。两部门要求，各地“扫黄打非”办协调有关部门严格监管音像市场，加大市场巡查力度，对各种盗版音像制品一经发现，立即收缴，并追根溯源，深挖生产复制源头和地下储运窝点。各地新闻出版部门加强对辖区内光盘复制企业的监管，对不按规定承接音像制品复制业务的将严肃处理；各地版权执法部门将加强对互联网的监管，坚决打击网络盗版和盗卖的侵权行为。

（刘声）

《大笑江湖》发台版海报

本报综合消息 朱延平作品《大笑江湖》与冯小刚《非诚勿扰 2》大陆上演开红盘，轻松挺进“亿元俱乐部”，两部片台湾上映也仅差两天；现实生活中是超级好友的两片女主角林熙蕾及舒淇，难得在台对战拼票房。《大笑江湖》大陆亮眼成绩让朱导吃了定心丸，同时更在意台湾成绩，台版海报特别设计两款，举办网络公投让观众决定最终版本。

《大笑江湖》大陆票房 1.8 亿人

币（约 8 亿台币），让朱延平一吐《刺陵》闷气，虽然 3 亿元台币的制作成本已收回，但朱导十分在意电影在家乡台湾的票房表现。该片台湾档期已定抢攻春节档首波，1 月 26 日上映，与《非诚勿扰 2》28 日上片仅隔两天，前周还有刘德华《新少林寺》、后有蓝正龙主演的《鸡排英雄》夹攻，华语片战况激烈。

《大笑江湖》热卖，也让林熙蕾乐尝亿元票房女星滋味，她在片中

难得呈现搞笑演技，与吴宗宪、小小彬、赵本山、小沈阳及曾志伟合力，大开影史经典片玩笑，恶搞金庸小说招牌人物、颠覆王家卫《2046》、《星际大战》、《刺客联盟》及《魔鬼终结者》等片，连米高梅电影招牌狮吼片头也被恶搞成了驴头。台湾电影院线业者日前看片后反映不错，认为该片轻松、搞笑的娱乐元素十分适合春节观看。

（郑伟柏）

