

3天票房突破8亿元 刷新同期影史纪录

宫崎骏新片领跑清明档

3天票房突破8亿元,造就史上最强清明档。今年清明档一扫前几年同档期大盘的低迷,表现红火,各项数据纷纷创下新高,展示了清明档的巨大潜力。《你想活出怎样的人生》《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》《功夫熊猫4》分列清明档票房榜前三。

3天8部新片上映

今年清明档影片供应充足,3天时间共有8部新片上映,包括《你想活出怎样的人生》《草木人间》《黄雀在后!》《雪豹》《零度极限》《大“反”派》《冰雪女王5:融冰之战》《午夜怪谈》等,不仅数量多,还涵盖悬疑、喜剧、动画等不同类型,可充分满足观众多元观影需求。再加上已经上映的《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》《功夫熊猫4》《银河写手》《坠落的审判》等影片,竞争相当激烈。

根据猫眼专业版数据,清明档首日大盘斩下3.67亿元票房,不仅超过了2021年同档期单日票房纪录(3.20亿元),观影人次

和放映场次也刷新了清明节影史纪录。其中,日本动画大师宫崎骏新作《你想活出怎样的人生》表现一骑绝尘,以30%的排片拿下了大盘近一半的票房。清明档第二日和第三日,该片优势继续延续,牢牢锁定档期票房冠军。第二名和第三名则被《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》和《功夫熊猫4》两部引进片占据。

清明档历来是中小成本国产片和引进片的阵地,2023年《铃芽之旅》、2022年《精灵旅社4:变身大冒险》、2019年《反贪风暴4》等都曾拿下清明档票房冠军。

光是“宫崎骏”三字,就足以吸引很多中国观众前往影院,更何况老人家今年已经83岁,《你想活出怎样的人生》有可能是他创作生涯的最后一部作品。再加上影片已有奥斯卡最佳动画长片等奖项加持、宣传语“人生电影,告别之作”极富吸引力,档期内又缺乏其他劲敌,《你想活出怎样的人生》成为清明档热度最高的影片。

《你想活出怎样的人生》这一片名,来自吉野源三郎的同名小说。电

相比宫崎骏的热,《草木人间》《黄雀在后!》等国产新片,票房表现就有点冷了。

对类型片受众而言,《草木人间》拍的是市面上稀缺的反传销,传销陷阱多可怕、如何解救深陷其中的亲友,都是吸引大众的点;对文艺片受众而言,《草木人间》是导演顾晓刚“山水图”三部曲的第二部,他的上一部作品《春江水暖》把亲情

宫崎骏电影人文内核引共鸣

影故事由宫崎骏原创,融入了不少他的个人经历。影片故事开始于二战末期,失去母亲的少年真人随父亲和继母组成新家庭,却陷入阴郁孤僻,难以融入新环境。一次意外,他跟随一只苍鹭闯入废弃的塔楼,开始了一场不可思议的冒险……

无论人物、故事还是画风,影片

都延续了宫崎骏以往的风格。少女少女在异世界冒险,获得成长与救赎,这是从《龙猫》《千与千寻》就开始的叙事模型。

宫崎骏把自己一生的经历与感悟写进了《你想活出怎样的人生》,片中的人文内核引发观众共鸣和思考。“亡灵世界”中关于轮回、生死的

设定,体现了宫崎骏对生命的思考;开篇东京大轰炸,穷兵黩武的鸚鵡大军既傲慢又愚蠢,体现了他对战争的批判、对和平的向往;真人虽有机会搭建完美的新世界,却仍然想要回到满目疮痍的现实,这是宫崎骏对当下年轻人的期许:“不能逃避,去驾驭你的人生。”

不过,影片节奏缓慢,表达晦涩,不讲究故事逻辑,这也导致影片口碑在一定程度上呈现两极分化的态势。

国产大片供应不足

伦理融入诗意的江南山水,让他成为备受瞩目的新导演。

《草木人间》体现了青年导演既想要市场、又想保持作者风格的尝试。影片在视听语言上保持了《春江水暖》的水准,绵延起伏的茶园、烟雨蒙蒙的西湖都拍得清新自

然,充满中式审美的婉约灵动。在展现传销如何“洗脑”时,影片用了大量类型片的拍法,镜头多,剪辑快,音乐激烈,表演大开大合,突出表现受害者的“走火入魔”。单独看这两部分,拍得都不错,但放在一部作品中,就显得有些水火不容了。

悬疑片《黄雀在后!》号称多重反转,案件背后既有人性剖析,又有社会思考,但剧情漏洞多,票房不到5000万元。

今年清明档的小爆发充分说明了市场的巨大潜力。然而几部国产片表现平平,缺乏强有力的领军作品,显示出电影市场在档期协调平衡上的不足以及重点档期国产大片的供应不足。来源:北京日报

“我的‘精神食粮’有着落了!”听闻喜爱的中国网络小说有望通过AI翻译加快更新,孟加拉国作家亚齐亚兴奋不已。作为忠实读者,她常常从中国网络文学中汲取写作灵感。如今,走出“国门”的网络文学在海外受到不少年轻人的追捧。数据显示,我国网络文学行业2022年海外营收规模已达40.63亿元,与2021年同期相比增长39.87%;翻译语种超过20种,遍及东南亚、北美、欧洲等地区。

“乘风破浪”的网络文学,是近年来中国文艺作品“出海热”的缩影。脱贫攻坚题材电视剧《山海情》在50多个国家和地区播出,电影《你好,李焕英》吸引海外影业公司翻拍,电视剧《去有风的地方》在海外主流剧集专业评分网站获得高分,动画电影《长安三万里》吸引不少海外网友自发助力影片宣传推广……从电影到电视剧,从动漫到微短剧,越来越多文艺作品在海外实现了口碑与市场

的双丰收。流淌的文字里、银幕的光影间,海外受众深入认识中国、了解中国,感受中华文化的内涵与魅力。

中国文艺作品,何以风靡海外?文化的链接是首要因素。在美国,有一个名叫“武侠世界”的中国网络小说网站,开设了专门介绍中国传统文化知识的板块,月均访问量有2000多万。华夏大地,有江山之雄,有人文之盛。随文艺作品一同传播的,是这片土地所孕育的独特文化符号和价值体系,是历史的脉搏与时代的呼吸。从穿越历史的唐诗宋词、侠骨柔情,到热气腾腾的奋斗故事、社会变迁,呈现在海外受众面前的,是极具异域感的全新文化语境,在其中遨游徜徉,收获的是新奇的审美体验。

文艺出海 文化扬帆

传播的热度,亦源自情感的共鸣。优秀的文艺作品中,凝练着跨越国界、种族的共通情感。当《山海情》里的村民在时代浪潮中用双手消除贫困、重返经历沧桑巨变的西海固,当《你好,李焕英》中的母亲以无私的爱与女儿告别,当《流浪地球》中人们选择携手同心拯救家园……励志、亲情、热血等人类共通的情感便在作品中交织激荡,构成文艺作品跨越时空传播的“最大公约数”。透过叙事、情节,海外受众能品尝酸甜苦辣、经历悲欢离合、体验喜怒哀乐,与那些生于斯、长于斯、劳作于斯、歌哭于斯的人们实现情感的同频共振。

酒香也怕巷子深,中国文艺作品出海驶上快车道,同样离不开日渐成

熟的市场推广机制。例如,一家专注数字阅读的企业,着力打造海外门户网站,访问用户量累计约2.3亿,在海外举行的“全球华语IP盛典”等活动收获良好反响;一家视频网站,与国外电视台达成合作,设立专属频道播放中国动画作品……从过去更多依托自发的口碑传播,到如今重视宣发推广、探索行之有效的海外发行机制,拥抱市场、融入世界各地人们的文化日常,中国文艺作品正以更积极的姿态接受海外市场的检验。从文艺作品的出海之路,我们或许可以得到怎样讲好中国故事的启示。要跨越“文化鸿沟”、打破“文化壁垒”,赢得海外受众的认同,就要把中国故事讲得更鲜活、更有温度。寓宏大叙事于一个个充满文化韵味、真情实感的故事中,探索更多讲好故事的创新载体,打造更多深入人心的精品品牌、优质IP,出海的文艺作品将会更好助力中国文化扬帆世界。来源:人民日报

