

“光棍节”档期 兴衰启示录

■文/包晓

“光棍节”源于1990年代的国内高校校园,因日期中的4个“1”形似“光棍”得名,既反映其婚恋观念,也带着自嘲意味和娱乐精神,是青年创造的节日,随着毕业生的进入社会以及网络的普及,影响逐渐扩大。

2010年“光棍节”上映的电影《老虎都要嫁》海报上写着“11月11日全城告别单身”,开始了新档期的尝试。2011年11月11日,日期中有6个“1”,被戏称为“世纪光棍节”,当日票房8600万元,其中,《失恋33天》票房5300万元,并以不足千万的成本获得3.2亿元的总票房,成为当年电影市场的最大黑马。“光棍节”档期概念就此形成。

受此吸引,2012年和2013年的“光棍节”共有近20部“轻电影”上映,主要是都市爱情的轻松题材和新人新作的中小成本,但存在桥段雷同、品质平庸等问题,市场表现惨淡,成为飞蛾扑火的“蛾电影”,当天票房分别降至6131万元和4966万元。

2014年和2015年,仍有不少爱情片上映,“光棍节”当天票房分别为8259万元和6583万元。其中,《单身男女2》和《前任2:备胎反击战》票房分别排名当日第一,档期的主题影片品质有所提高。

2016年至2018年,“光棍节”分别是周五、周六和周日,当日票房分别为1.1亿元、1.8亿元和2.7亿元,但进口片占据大份额。国产爱情片减少,有的项目泡沫破灭,有的宣传物料将“光棍节”改为“双十一”,有的转入“520”新档期。

2019年“光棍节”是周一,票房降至6677万元。2020年至2022年,春节、国庆等成熟档期票房的全年占比显著提高,“光棍节”的进口片减少,且都是工作日,当日票房降至3000万元左右。关于该档期的讨论减少。

几乎同时起步的电商购物节可以作为“光棍节”档期的一个参照系。2009年,淘宝商城发出“就算没有男(女)朋友陪伴,至少我们还可以疯狂购物”的广告,联合27个品牌打折促销。经过10多年的经营,购物节成交额快速增长,将小众节日发展为大众狂欢。“光棍节”档期与“双十一”购物节相比,两者既有相同,也有不同。

相同点有三。其一,都主要面向青年群体。“光棍节”诞生于高校,是一种青年亚文化。同时,电影与网络都是青年感兴趣的领域。在“双十一”购物节创建的2009年,艺恩咨询的调研显示,青年是观影的主力,18-29岁的观众占比53%。同年的《第25次中国互联网络发展状况统计报告》显示,网络用户中,10-19岁占比32%,20-29岁占比29%,更加年轻。其二,都是一年当中的消费洼地。11月是电影市场的淡季,前有国庆档,后有贺岁档,11月在十一黄金周和元旦促销季之间,也是零售业的淡季。同时,“光棍节”这一天既不放假,大部分年份也不是周末。其三,都处于行业爆发式增长的前夜。随着电影产业化、数字化改革的推进,2009年至2019年,全国银幕数从4723块增至67816块,观影人次从2.0亿增至17.3亿。电商背后是移动互联网、手机支付以及物流业快速发展的支撑,同一时期,我国网络购物用户从1.1亿增至7.1亿,网络购物市场规模占社会消费品零售总额的比例从2%增至两成多。

不同点也有三。第一,产品属性不同。电商主要是衣食住行等生活消费,品类广,选择多,确定性高。电影是体验型、社交型的精神文化类消费,需求弹性大,信息显著不对称,异质性强。产品属性也决定了两者的市场规模、产业生态等方面的不同。第二,参与面不同。“双十一”的参与者包括多家线上电商和线下商超门店,覆盖面更广,并通过预售、发放优惠券、延长价保时效等方式,拉长购物节的窗口期。“光棍节”档期则比较被动,时间较短,而且与周末的关系不确定,难以吸引重要影片上映以及高段位电影出品方的参与。第三,仪式感营造不同。“双十一”经历了光棍节、网购狂欢节、购物狂欢节、全球狂欢节的主题迭代,逐步将光棍节消解收编,并通过设置直播大屏、零点倒数、鼓励用户晒单、举办狂欢夜晚会等仪式,借节造节,营造节日氛围。相比而言,“光棍节”档期电影大致分为两类,一类是进口片,与档期主题并不契合,一类是国产爱情题材电影,但是目标观众不清晰,在单身和情侣之间摇摆,档期的式微既受到购物节的影响,也由于其主题与情人节、七夕节类似,失去了特色,影响了观影仪式感的建立。

新创档期不易,做强做久尤难。如何建立可持续、生命力强的小微档期?复盘光棍节档期的兴衰,并与“双十一”购物节比较,可以获得以下启示。

一是找准档期定位,突出主题特色。目前,电影市场形成了以春节、暑期、国庆档为主干,元旦、五一、端午、中秋等三五天假期档期为特色,小微档期为补充的档期体系。档期来源各异,体量不同,既有功能互补,也有彼此竞争,处于优胜劣汰与新陈代谢之中。小微档期有助于提高观影频次,优化档期时段,既包括七夕等传统节日档期,也包括“520”“99”谐音概念档期等。对于节日型小微档期,可以深挖节日内涵,结合节日既有仪式和习俗,强化档期的精神气质,建立稳定的市场预期。对于缺少文化沉淀的概念型小微档期,建议明确目标观众,把握社会情绪与消费心理变化,提炼档期的差异化主题,加强仪式感营销和话题性传播,创造档期特定的过法。

二是发挥灵活优势,加强借势借力。小微档期面临着时间短、非假期、影片供给与票房产出不稳定、档期效应弱等问题,建议整合资源,“善假于物”。借影片:一般而言,强档期是档期抬电影,讲究多元搭配;弱档期是电影抬档期,需要精准投放。头部电影大多在成熟强档上映,小微档期可以成为中小成本类型片或艺术电影等腰部电影的探索空间和试验田。借周末:根据每年日历情况,采用“单日档期+周末”的方式,拉长档期,以变量促增量。借节展:围绕小微档期的主题特色,结合电影节展、艺术电影展映等活动,增添节日味道,巩固影迷观众群,拉新促活。

三是优化档期协调,避免拔苗助长。做熟档期需要市场竞争与爆款,做久档期更需协调合作与持续发力。比如,国庆档的成熟既有长假的因素,也有中影集团、华谊兄弟、开心麻花、港片等企业发挥重要作用。小微档期时间短,容错纠错机制难以及时发挥作用,影片发行的试错成本很高,建议进一步完善档期协调机制。协调更多有实力的电影企业参与档期建设;结合历年档期票房,合理预测并把控电影供给规模,避免同质内耗,过度消费;提前定档,加强营销宣发,避免或减少临时撤档、极限定档,增加沉没成本。

“光棍节”档期的兴衰验证了在节假日之外新创小微档期的可能性与可行性,也启示我们,档期建设需要鲜明的主题、稳定的内容供给和预期,并经受观众和时间的检验。

(作者单位:幸福蓝海影视文化集团股份有限公司)

中国电影艺术研究中心 电影文化研究部专版

由张大鹏执导、张译主演的电影《无价之宝》刚刚上映。影片改编自2020年的韩国电影《担保》,讲述了一对落魄的下岗职工兄弟石振邦和杨树武为追讨欠款,不得不暂时照看欠债人的孩子芊芊,但经由三人相处,芊芊完成了从欠债“担保”到“无价之宝”的身份转变的故事。就目前电影呈现的结果而言,有其令人眼前一亮的部分,当然,也有令人遗憾的地方。

将荒诞融入现实

影片的主要人物关系设置与情节设置与韩国原版保持一致,中心叙事都是没有血缘牵绊的“父女”如何建构起父女情。这个主题并不鲜见,远如《搭错车》,近如《人生大事》,都值得对比和参考。就创作风格而言,这两部作品更为现实,而《无价之宝》则颇具荒诞色彩。比如,主创直接以“石振邦开车冲进歌舞厅救出芊芊”这个超乎常理的颇具英雄黑帮片气质的段落完成了父女关系的正式建立。在通讯交通都不发达的90年代,石振邦从东北奔赴福建非常顺利地找到芊芊这个事情本身就隐含着巨大的困难,但是主创并没有就此深入,而是以一种近乎童话的方式给出了芊芊解救。

除此之外,关于父女关系的最终确认,影片落脚于芊芊在石振邦病床前喊出“爸爸”的称呼。从常规叙事的角度,主创可以根据石振邦的生活习惯、工作环境等因素赋予石振邦各种各样的绝症,但是本片却以“石振邦坐热气球听芊芊唱歌并为她采松子出意外”作为其弥留的理由。又如影片讨论度最高的一场戏应属石振邦醉酒后跳舞致敬《雨中曲》《红气球》的段落,这段戏被广泛评价为浪漫而有视觉冲击,在一部充满怀旧的东北“文艺复兴”作品中看到如此经典好莱坞的场景,确实充满了奇幻之感。

假若观众能够沉浸于这种主创刻意营造的“荒诞”段落中,那对于影片可能会有一个不错的评

以不同的身份、各自的方式,出现在了莫离的生活轨迹中。他们伸出双手、敞开怀抱,向莫离一次又一次地释出爱的鼓励,十点钟之约、风雨中护花、爱的公开课、向日葵敬礼、友谊的长绳、向日葵之梦……成为见证莫离一步步融入“向日葵中队”的精彩点滴。

诚然,关于人性之美或是教育之光的故事,每一代观众已经司空见惯、习以为常,尤其是面对这一代观众的挑剔眼光,它或许不能算是一种十分讨巧的言说方式。然而,《向日葵中队》的可贵之处在于,它将观众原本投向远方的焦点,再度拉回到家庭、校园、班级这些看似平常的场景里,并串联起了亲子关系、学校教育、社会关怀等等宏大深刻的核心议题。同时,它给观众以充分的思考时间和广阔的想象空间,让我们总将自己代入到影片中的某处片断、某个瞬间——的确,谁的校园记忆中,没有几位真诚相助的师长?谁的童年时光中,没有几个坦诚相待的挚友?我们未必都曾体验过莫离的孤独经历,但在那些依稀却又清晰的回忆里,总有一些伸出的双手在奋力挥舞,总有一些敞开的怀抱在等候回应。

除了主题上的深刻与主调上的温暖,影片在叙事过程中的节奏把握和情感调控,同样贯穿和体现着创作者的巧思与匠心。《向日葵中队》并不刻意回避在教育过程中的困难乃至挫

《无价之宝》： 徘徊在荒诞与现实之间



价。而影片的矛盾之处也恰在于此。影片的故事背景设定于1995年到2007年的东北,显而易见是主创精挑细选的时间段。此时的东北正处于下岗潮冲击下,整个故事的展开都是基于时代浪潮的,影片前半小时的冗长铺垫也正是试图更加准确地描写这些内容——下岗经商、卷款跑路、非法海外务工……这些铺垫让故事富有时代质感,也让故事更加“现实”,我们由此可以窥见主创更大的野心,试图在“父女关系”之外呈现一些社会议题。

而石振邦正是时代巨浪之下的失意人。这个失意人的人设并不讨喜。我们以石振邦与郝蕾饰演的前妻两场对手戏为例,其一是那段无厘头的离婚开场,以“离了婚谁要你”等台词勾勒了一个冲动自大又好面子的中年男人形象;其二是石振邦为了收养芊芊而找前妻复婚,对前妻“你都这么胖了,我不嫌弃你”的身材攻击似乎是为了找回“面子”,但这种显而易见的PUA句式在一定程度上消解了观众对石振邦的正面期待。

虽然前妻回身的一巴掌和“我怀孕了”“死老光棍”的反击以及主创后期对于石振邦妈妈关心女儿的细节补充对影片的价值进行了找补,消解了这种冒犯,但这种负面细节的呈现太过现实,对石

振邦的父亲形象建构似乎并无任何正面帮助。得益于张译本身并不“油腻”甚至还颇具少年气的精湛表演,让这些台词看起来更像像是心非的逞强。总的来说,如果将影片的优缺点比作一个木桶的长短板,那么张译对其角色几乎没什么瑕疵的诠释,或许是影片最大的长板。

当现实与荒诞冲突

当然,当表演成为一部影片的最短板,大体上并不是件好事。这意味着影片存在其他明显的短板。

对于影片而言,显而易见两位女性角色非常重要,其一是芊芊,其二是其生母王曼丽。

以王曼丽举例,作为欠债人,她试图通过偷渡的方式出国打工还债。但王曼丽究竟如何出国且多年杳无音讯?又缘何突然带着一身病痛回国并且在和石振邦结婚当天跳楼?这段戏无疑给了张译更多表演空间,但也确实难逃王曼丽煽情工具人之嫌。正如是石振邦所说,王曼丽偷渡出国遇到海难身亡或许是她对孩子不闻不问的更合理的解释。相较之下,原版生母的故事情节更为合理:男主角为要债主动抢了孩子作为要挟,生母因为被遣返而与女儿失联,并且默默关注女儿的情况,因为看到女儿过得才好才

《向日葵中队》： 让“星星的孩子”走进观众的目光中央

■文/郑郑文

在融入“向日葵中队”的过程中,莫离与亲友们并非一帆风顺。张小西的失落、林校长的叹息、父母几近崩溃的眼泪、米兰老师公开课的戛然而止,如同那株被折断的向日葵,隐喻着教育本就不是一片坦途的真谛,在一个灵魂点亮另一个灵魂的过程中,必然夹杂点点苦楚、种种艰辛。然而,每当故事情节几乎导向失望以至绝望时,莫离却总能以一种峰回路转的方式,万分惊诧地满足着观众们的期待阈值——手持画笔,她是那样的天赋异禀,面对国旗,她是那样的虔诚恭敬。其实,在“向日葵中队”向莫离伸出双手、敞开怀抱的同时,莫离也在用自己的方式诉说她对“向日葵中队”的喜悦与好奇。板报评比时的妙笔生花,跳绳比赛中的临危救急,莫离不断地为银幕内的亲友和银幕外的观众制造惊喜。原来,除了父母、师长和朋辈的努力,把莫离从孤独世界中奋力拔出的,还有那个并不放弃的自己。

向日葵从不孤独地生长,它总是成群结伴地迎着骄阳、恣意绽放,《向日葵中队》带给观众们的最大哲理是:孤独症孩子的心灵世界并非完全封闭,他们有着自己灵敏的情感触角和独特的表达方式,他们也期待着与更广阔的世界发生关联、建立勾连。“人的本质是一切社会关系的总和”,在由每个人编织的情感之网中,包括孤独

■文/杨鸽

年不出现。并且她与男主角也并非无额外的感情关系。

值得一提的是,在人物关系设置相似的《人生大事》中,女孩儿的生母同样也是突兀地从国外归来。这不得不说是个有趣的巧合。

影片时长132分钟,切分为1995与2007两个时间节点,时间跨度长达20年。影片后半段以芊芊的学习生活为主线,展现她与石振邦无名有实的父女生活状态。芊芊的人生经历延展开来暗合影片的另外一些社会热点,比如她为了减轻家庭负担而早早开始拍广告,因为出名而被同学排挤;从舞蹈系学生到广告演员到电视剧演员,同时又开演唱会,是那个年代部分明星的经历缩影。芊芊看起来顺风顺水的成名之路也可以看作是影片荒诞现实的组成部分,芊芊的成功恰是石振邦苦难人生的唯一点缀。

正如前文举例,一部分观众观影后强调喜欢电影所呈现的悲苦内蕴之上荒诞浪漫的气质,张译的表演是真挚感人的;一部分观众则诟病影片叙事的杂糅与混乱,其荒诞段落与影片本身的现实叙事略显冲突。两种评价都能与导演张大鹏的广告从业经历相关联,这既是他的长处,也可能成为他的短板。此前张大鹏最令人印象深刻的代表作是宣传片《啥是佩奇》,而《无价之宝》是他的第一部长片电影,算得上是跨界创作,也多少带一些其广告导演的影子。

影片结尾,张大鹏给到石振邦或者说导演呈现给观众的结局是一个标准的大圆满结局,这似乎延续了导演在其短片中一贯的温情风格。当然,很大程度上我们对于电影的理解取决于自身的情绪状态,换种方式解读,或许影片剧情的想象也未可知。总体而言,作为一部改编喜剧,《无价之宝》的视听风格颇具特色,虽叙事有其不尽如人意外之处,但也值得让人期待导演的下一部作品。

孤独孩子在内的任何个体都不应沦为孤岛。在所有人的共同努力下,学校的文化墙成为了莫离尽情泼墨的画板,墙上的向日葵也如愿以偿地登上了书籍封面,就像向日葵需要被看见,孤独症儿童群体需要被看见,当莫离站在舞台,接受来自亲友的注视与鼓掌时,我们深知,这是影片创作者向社会传达的深切呼吁与热切寄望——让“星星的孩子”走进观众的目光中央。

影片最后,当莫离说出那一句句感谢时,观众知道故事的结局终于走向圆满——尽管莫离的言辞是那样的局促不安,以至于放在任何标准来看,这种表现都难以符合惯常认知中的圆满。然而对于这样一名孤独症儿童而言,完成表达本身就是最大意义的圆满,它昭示着情感的双向奔赴、教育的目标实现,因而从莫离一字一顿的讲述中,观众久悬不放的心也终得到释然。“爱是教育的灵魂,没有爱就没有教育”,《向日葵中队》并不旨在为观众带来视听上的刺激亦或情感上的震撼,恰如向日葵的花语是“沉默的爱”。然而应当相信的是,对于每位看过《向日葵中队》的观众来说,每当向日葵花开的时节,在脑海中都难浮现这样一幅场景:一位名叫莫离的“星星的孩子”,正与同学在灿烂的向日葵花海中嬉戏游玩,他们天真浪漫,他们笑语欢颜。