



# 不如来得巧



薛晓路



徐峥



滕华涛



乌尔善



九把刀

## 卖座片有五大“黄金法则”护航

分析

去年到今年,一批中小成本影片大卖,令人看到内地影市格局悄然改变。导演不再是内地大导和香港资深导演“你方唱罢我登场”,主角也不再是红了几十年的港星。《寒战》《泰囧》《北京遇上西雅图》《致青春》的导演都是新人。

刚成功发行《泰囧》《厨子戏子痞子》的光线影业是《致青春》的主要投资方和发行方。谈及票房成功之道,光线传媒总裁王长田认为:“赵薇、关锦鹏、李樯的组合,从各自的角度合作完成了这部优秀的影片,剧本好、制作也精良,表演、剪辑、音乐都达到了非常高的标准。”这些卖座的中等成本影片在电影的制作上有哪些共性呢?看看当事人和局外人怎么总结这些“黄金法则”吧。

### 法则一:现实题材+真感悟,才有共鸣

要让观众能够感觉到你够努力、够真诚、够用心、够投入、够爱电影!把自己真实的情感和对当下现实世界的认识表达进电影里,才可能打动观众,引发共鸣。

### 法则二:有话题组合,才有“化学效应”

去年《画皮2》狂收7亿破华语片本土票房纪录时,很多人开始议论“赵薇+陈坤+周迅”这个组合所产生的化学效应,《泰囧》的“喜剧三宝”组合再次奏奇效。演员之间有火花,戏才能鲜活而有味道,后期宣传也会更具话题性。否则,硬凑章子怡、张柏芝、张东健,又或者堆砌帅哥男偶像,又能怎样呢?

### 法则三:尊重类型规律,才能服务观众

《泰囧》里“宝宝”的愿望清单一定会实现,《101次求婚》里黄渤一定能追到林志玲,《北京遇上西雅图》“小三”汤唯和“闷骚软饭男”吴秀波一定会越过重重障碍在一起——这就是类型的力量!也是好莱坞商业电影称霸全球的核心竞争力。《致青春》虽然并不属于严格的商业类型片,但青春片中常见的友情、爱情、残酷、背叛等元素一样不少。

### 法则四:有喜剧元素,才有观众买账

提到的中等成本卖座影片,除《寒战》以外,都或多或少和“喜剧”沾亲带故,观众们平时工作那么累、压力那么大,走进电影院,第一诉求当然是娱乐,如果不能像“钢铁侠”那样“高端大气上档次”地满天飞,至少可以编个段子卖个萌,绝对是性价比最高的讨观众欢心的招数!

### 法则五:有用心制作,才有超值回收

大成本拼演员、拼场面、拼特效;小成本拼故事、拼创意;中等制作拼的是综合素质和整体效果,剧本、摄影、美术、剪辑、音乐都得把把关,能让观众在电影院里看到你花每一分钱的用心,即是超值!

声音

## 现在不流行只靠导演打市场了

过去,青年导演鼓捣出一部破亿的作品真难,一年之后,单日过亿都不是白日梦了。

这些青年导演之所以能不停地撑大票房数据,珠江影业董事长赵军分析,是观影习惯的变化带来的影响,“以前国内观众看电影认的是导演的牌子,是导演制造商业模式,现在是商业模式在制造导演。比如说张艺谋开启了中国大片模式,大家冲着他的名气买票”。赵军嘴里的新商业模式比类型片更为精准,它要求艺术和市场无缝结合,“《北京遇上西雅图》执著于选择、抉择的价值观叙事叙述,从中找到主人公成长红线,确立人物关系和对手戏核心,这样的影片就无往而不胜”。

而电影人程青松则认为,考查一个导演的成绩不能只通过一部作品就下判断,且票房也不是唯一的标准。在他眼里,这一代青年导演如滕华涛、徐峥、赵薇、薛晓路等为“70后新主流导演”。“最近有突出表现的国产片不能完全归结于导演,是多种因素综合在一起的结果。比方说,银幕数增加、档期原因以及当下观众比较偏好于喜剧题材等。”程青松说道。

## 青年导演并没有完全商业自觉

如今,一匹匹电影黑马踏入的是竞争残酷的内地影市。赵军坦言,这些青年导演最大的优势在于作品接地气,已经融入新商业模式的血液了,但不足的地方是他们在成长的过程中并没有变得完全自觉,“有自由、自然但没有自觉”。这里的自觉是指他们能不能精准把握时代出现的新商业模式现在还不说,至少在当下这个阶段只能说是享受。

程青松则表示,青年导演今后会走得怎样还得看他们是否想继续拍片,在形成品牌之后成为成功的商业导演,“要做到成功的商业导演必须靠观众口碑带动高票房,也就是说导演的名字就是他的Logo。当然这是要经过时间来培育的,现在大多都在孕育当中,还是能看到希望的”。

