

《无人区》终于解冻 “让我们重新开始”

记者追访:如何重新成军,如何面对“钱景”

“4年了,终于等到《无人区》上映,你们有什么感受?”
“高兴。”“高兴!”“很高兴!!”

2013年10月25日《无人区》首次发布会上,面对主持人以上的问题,宁浩、黄渤、徐峥的回答听起来干脆,记者们能看到的是,三个人的脸上明明是欲言又止的表情。的确,他们和《无人区》在一起的4年多,如果只用“高兴”这个词来形容,就有点“言不由衷”。

2009年,宁浩在祖国西部拍了一部电影《无人区》。那时的他,不愿再走“疯狂”的老路,《无人区》因而成为宁浩的转型之作。从出品方中影集团,到曾被《疯狂的石头》《疯狂的赛车》“点燃”的观众,大家对宁浩的这部新作颇多热望。可是,谁都没有想到,《无人区》真的像一头扎进戈壁滩的无知旅人,消失了4年多。其间,电影定档公映的消息,前后传出6次,都如海市蜃楼,无一成真。2012年,《黄金大劫案》上画。2013年,《玩命邂逅》开拍。从未见光的《无人区》早已变为宁浩的旧作,

“被雪藏”真的就是这部电影的命运吗?今年的10月14日,“中影集团团委”官方微博爆出“《无人区》将于12月3日上映”的消息,不到一个小时,这条微博就被删除,又是假的?直到10月25日,当宁浩、徐峥、黄渤、余男等人出现在《无人区》定档发布会上,大家才渐渐回过神来,这部电影真的“解冻”了!

这部电影4年来都经历了什么?与其总是纠结于过去,现阶段,我们也许更适合把目光放到当下。接到“通知书”的时候,导演宁浩有什么反应?剧组如何在极短的时间内重新赶制物料,如何努力卖片?院线对这部电影又有怎样的预期?近日,记者专访数位《无人区》的关系人士,让他们讲讲这部电影“解冻”后,是如何重新开始的。南都供稿



A 一纸通知:宁浩开了瓶红酒,说这“应该装裱起来”

2013年10月初,电影《玩命邂逅》开机在即。某日,宁浩忽然收到一纸通知:他4年前拍竣的“旧作”《无人区》通过审查,可以制作完成片,择日上映。这个消息似乎比《玩命邂逅》顺利启动还让宁浩兴奋,几位曾经为《无人区》打拼的老友刚好都在,他开了瓶红酒,大家一起为《无人区》碰了个杯。宁浩笑言,这张通知书回头要找相框装裱起来,它太

有纪念意义了。

黄渤徐峥号召力飙升,宁浩“不淡定”了

其实,早在今年的七八月份,电影圈内的一些传言已悄悄冒头,“《无人区》可能会上映”。更有消息称,片名也许会改成《走出无人区》,相关部门当时也曾就这个新名字征集意见。现在来看,更改片名的事最终不了了之。彼时,宁浩正在筹备自己的第七部长片《玩命邂逅》,听到《无人区》的传言,他就当又一个“狼来了”的故事,随便听听罢了。

说到改名字,曾经也有人给宁浩提意见,要不要为了吸引观众,让《无人区》也“疯狂”起来,宁浩不同意。“疯狂这个词已经是我的过去了,我相信观众会喜欢《无人区》这个故事。”

等到《无人区》真的逮到机会登陆大银幕,宁浩渐渐不淡定,他开始跟周围人盘算起这部“旧作”在市场上的新可能。这样的企图心也可以理解。4年之间,当初《无人区》的“铁三角”中,黄渤已经获封“卅帝”(意指2012年底到2013年中,黄渤主演的《泰囧》《西游降魔篇》《厨子戏子痞子》《101次求婚》等片的票房总计30亿元),徐峥也成为华人导演

界的新晋“黑马”。这个节骨眼上,《无人区》可以“解冻”,换作谁,大概都会把这件事认准一个好兆头。

把观众拉进影院,曾想过“饥饿营销”

既然对《无人区》的市场表现有了企图,那么,如何“勾搭”观众进影院?《无人区》的营销团队内部出现了分歧。有激进者提出“饥饿营销”的策略——除了告诉大家《无人区》要在12月3日上映之外,任何宣传都不做,故事、角色、类型、风格等,都不向观众透露。激进者的理由是:既然大家饥渴了这么久,索性“饿到底”,让观众对《无人区》的期待值一直压到最后,全部押宝在人们的观影热情决口般的迸发。当然,这么做也有一定风险,弹簧压得太紧太久,很可能会丧失弹性,观众亦如此。

“贺岁档电影太多,《无人区》如果‘零宣传’,有点铤而走险。”也有人不同意搞“饥饿营销”。“档期凶险,群狼环伺,我们需要用持续的宣传,不断加深观众对《无人区》的印象,突出徐峥和黄渤这两大卡司,突出这个电影在贺岁档的独特性和高期待值。”最终,宁浩还是从了“传统派”,正常宣发。

B 一场发布会:宁浩有点蒙了,“怎么不热闹啊”

10月22日,北京的许多媒体收到《无人区》将在10月24日召开发布会的通知,仅隔一天,发布会的时间又推迟至10月25日。

大家都憋着,敏感问题都不公开提

4年多过去,这部电影到底是什么样?它到底经历了什么?大家肚子里肯定都憋了一大堆问题。可是,到了发布会现场,宁浩、徐峥、黄渤往台上一站,准备接受“拷问”的时候,媒体记者们却什么都没问。宁浩也有点蒙,“(发布会)怎么不热闹啊”?

其实,发布会的“冷”,也有些许隐情。当天在场的记者们,有一些人从2009年就开始跟《无人区》的新闻,这部电影4年中的浮浮沉沉,实在太多。谁都明白,这一次《无人区》能浮起来,着实不易。有些敏感的问题,许多人都不愿在公开场合提出来。结果,就出现了这么一个气氛纠结的发布会。

物料准备不及,电脑都换过只找到一张老海报

从接到确定上映的通知到第一次发布会,大约一周时间,宣传团队的效率已经算很高。然而,发布会的某些细节还是透露出一丝匆忙。现场的里里外外只有一款2009年就已经公布的预告海报,当年,宁浩就是带着它到上海

电影节宣传《无人区》。漫漫戈壁滩,一条笔直通向天际的公路,杀手(黄渤饰)和律师(徐峥饰)相对而立,一近一远,因为极端的透视关系,律师好似站在杀手的胯下。这张经典的海报其实是徐峥和黄渤的联合创作。一天,《无人区》片场,徐峥看着寸草不生的沙漠,百无聊赖间,他忽然灵光一闪,拉着黄渤开始搞创作。黄渤还不甘心:“我都没出镜哪儿行啊。”“没关系啊,你光这两条腿就大过我啊。”徐峥哄着黄渤摆拍了这么一张照片。拍完之后,剧组的人都感觉这个设计特别对《无人区》的味道。

4年之后,负责宣传推广的伯乐营销CEO张文伯告诉记者,他们能够找到的最早的《无人区》素材,就是这张老海报。“没办法,(宁浩工作室的)电脑都换过好几次,原来制作的素材大多都没了。”而2009年,国产电影的营销观念本就不强,前期的物料准备不是特别受重视。作为成功推出过《失恋33天》的资深电影营销人士,张文伯感触颇深,“前些年,拍剧照和纪录片的预算还是从制作费里出,不会单独请专人做这件事,大家都抱着‘留个素材就行’的想法。现在,你是为了满足整个营销的需求来制作物料,如今的预算都是从单独的宣发费里来。这是很大的一个变化”。

下转B03



迅速赶制的海报冷峻粗犷,是西部片风格与娱乐化混搭的效果。