

国庆档票房突破39亿 电影市场正在复苏

今年国庆恰逢中秋,在刚刚结束的假期里,近1亿人次走进电影院享受光影视听盛宴。10月1日~8日,全国电影票房突破39亿元。这一数据充分说明,电影市场正在复苏。

据中国电影艺术研究中心发布的“中国电影观众满意度调查·2020年国庆档”调查结果显示,国庆档满意度85.5分,居近4年国庆档满意度第二位、历史调查35个档期第三位。档期内原春节档预备影片《夺冠》《姜子牙》《急先锋》,与为今年国庆档量身定制的脱贫攻坚题材电影《我和我的家乡》《一点就到家》齐上阵,5部影片涵盖喜剧、剧情、动画、动作等不同类型,聚焦乡村振兴、脱贫攻坚、体育竞技、经典国漫等不同题材,交出了3部影片观众满意度超85分、2部影片票房超10亿元的亮眼成绩,助推中国电影加速发展。

投资没有离场 人才没有离场 观众没有离场

2019年国庆档恰逢新

中国成立70周年,《我和我的祖国》《中国机长》《攀登者》3部新主流大片同日上映,档期票房高达44.66亿元,创中国影史同期票房新高。今年受新冠肺炎疫情疫情影响,大批新片集中在国庆档上映,对中国电影市场来说既是压力也是动力。压力在于疫情的阴霾尚未完全散去,全国影院自7月20日复工后才2个多月,上座率限制尽管提高到75%,但毕竟还不是正常状态;成绩也显而易见,《我和我的家乡》以18.7亿元票房位居国庆档票房榜首,《姜子牙》取得13.84亿元票房成绩,《夺冠》累计票房达6.4亿元。

“中国电影观众满意度调查·2020年国庆档”调查认为,观众对国庆档影片的总体较高满意度和不同影片在不同维度上带给观众的满足感带动了市场回暖。综合来看,在优质创作水准保障下,国庆档观众与影片产生良性互动,观众热情提升,分享传播意愿增长。

今年国庆档取得的喜人成绩再次证明,中国电影仍然处在黄金发展期,投资没有离场,人才没有离场,观众没有离场。在8天长假中,走进影院看电影成为全国观众合家欢休闲娱乐的重要方式,大家似乎都在用国庆档弥补春节档的遗憾。在影视从业者唐山立看来,疫情之后这个重要的档期为行业带来生机与希望,坚定了中国电影产业持续健康稳步发展的信心。

好内容仍被关注 口碑成制胜关键

10月1日上映的《我和我的家乡》成为国庆档影片中的票房与口碑担当。“笑中带泪”是《我和我的家乡》的一句宣传语,从目前观众口碑看,该片确实实现了这一效果,5组由目前最具票房号召力的主创团队打造的5部短片,以极具亲和力的喜剧风格让观众既收获了欢笑,也收获了感动。该片通过讲述

不同区域的家乡故事,来展现在摆脱贫困、全面建成小康社会进程中农村的变化,让观众从喜剧中拾取温暖和感动。中国电影评论学会会长饶曙光表示:“《我和我的家乡》里有对家乡的真情流露与祝福,这无疑是人们内心深处最柔软细腻的深情,也是一种自然而然的爱国主义,这种感情更长久、更深沉、更强烈。《我和我的祖国》《我和我的家乡》的成功,已经建立起主流电影的品牌效应。”、国庆档另外两部影片也同样令人关注。《夺冠》以女排真实人物的成长路径及激烈的比赛场景,生动展现中国女排40年来的荆棘与荣光,弘扬了女排精神。国庆档后半程上映的《一点就到家》以轻巧喜剧形式展现青年创业助推乡村脱贫主题,整体节奏活泼灵动,带给观众清新愉快的观影感受。

据“中国电影观众满意度调查·2020年国庆档”调查显示,《我和我的家乡》观众满意度87.5分,居

今年调查第一位、历史调查第五位,仅次于《我和我的祖国》居历年国庆档满意度第二位。《夺冠》和《一点就到家》满意度分别为86.4分、85.5分,居历年国庆档单片满意度的第四位、第五位。从排名结果不难看出,今年国庆档中的好内容仍然备受关注,口碑继续成为制胜关键。

小人物折射大时代引发观众共鸣

从10多年前的电影《建国大业》开始,《风声》《智取威虎山》《湄公河行动》《红海行动》《流浪地球》及《战狼》系列接连成为银幕爆款,主流电影逐渐成长为电影市场的票房担当。2019年国庆档,以《我和我的祖国》为代表的新主流电影集中涌现,进一步体现主流电影在叙事创新、类型深耕、工业探索上的成长。2020年国庆档,以《夺冠》《我和我的家乡》《一点就到家》为代表的新主流电影,通过讲述小人

物的故事折射出大时代的精神,引发观众共鸣。

《一点就到家》是国庆档最晚露面的影片,也是最具青春气息的一部,它比不了《我和我的家乡》《夺冠》这样的大制作,但其轻巧灵动的风格却成为国庆档的一道风景线。在不少观众看来,一部讲述年轻人返乡创业的影片能被打磨得如此轻松好看,主创团队功不可没。此外,《秀美人生》《2019阅兵盛典》等或聚焦脱贫攻坚,或展现国庆主题,或反映新时代特点的主流电影作品也在国庆档取得良好的社会效益。

今年国庆档是疫情之后第一个真正意义上的档期,在电影院上座率上限为75%的情况下,取得如此成绩实为不易。不同类型和题材的影片综合质量过硬,观众反馈良好。在优质国产电影作品和稳健的常态化疫情防控支撑下,中国电影市场经历了暑期档的重启和国庆档的大考,从业者信心重振,市场回暖企稳。

(据《光明日报》)

《幸福里的故事》开播 杨亚洲:李晨的真诚最打动我

京味大戏《幸福里的故事》在北京卫视热播,该剧制作和主演阵容十分强大,由韩三平担任总监制,杨亚洲、杨博执导,李晨、王晓晨领衔主演,苏青、车晓、郑璐、刘莉莉、秦焰、张大礼、杨蕾主演。《幸福里的故事》以改革开放浪潮下的北京城为背景,聚焦西城金融街的发展变迁,通过讲述街巷里弄小人物的命运浮沉,展现出新时代下人们不甘平庸、锐意进取、勇于创新的精神风貌。

作为一部京味题材作品,《幸福里的故事》从北京特色的胡同文化出发,讲述了生活在“幸福里”大院的几户人家,在改革开放大潮冲击下翻天覆地的变化。全剧以“幸福里”中一个青梅竹马的爱情故事为主线,面对生活中不断出现的磨砺与挑战,他们的爱情也几经沉浮考验,在分分合合中逐渐探寻到“幸福的真谛”。

与《情满四合院》《生逢灿烂的日子》《正阳门下小女人》《芝麻胡同》等收视口碑双丰收的京味大戏一样,《幸福里的故事》也在深耕



现实主义创作的基础之上,向观众传递出充满人间烟火气的精气神。

从2001年执导的首部电视剧《空镜子》开始,导演杨亚洲就与京味题材作品结下了不解之缘。《浪漫的事》、《八兄弟》到近几年在北京卫视热播的催泪大戏《嘿!老头》,紧扣时代的主题立意、质朴真切的情感表达、京味十足的布景台词,让杨亚洲不仅数度将飞天奖、金鹰奖等行业奖项收入囊中,更收获了来自观众的广泛认可。

再次接拍京味戏,与自己之前的作品相比,杨亚洲希望《幸福里的故事》可以做出点不同的东西,“我拍了很多北京戏,以前拍的都是一个横断面,而这部戏有着四十年这样的一个跨度。我想通过北京的一个小院,通过胡同里的一群年轻人,来影射几十年来中国的变化、北京的变化。”

为了这一主旨,在确定剧目色彩风格时,杨亚洲就决定摒弃传统八十年代的灰色胡同感,采用更加明亮的“红墙绿瓦”作为创作基

石,从最初的置景到后续人物的塑造,都秉持着这一框架原则,“像我以前拍的北京戏,或者我们看过的很多北京戏,在那个年代大概都是既定的黑白灰调子。我希望这部剧中能传达出一个新的感觉,这里有红墙,有绿瓦,有温暖,有感动。是一种暖暖的、懒懒的,蕴藏着北京的那种包容,胡同在变迁,但不变的依然是那红墙绿瓦。”

通过人的变化来折射北京的变化,杨亚洲用这样的方式来呈现全剧的主线。

在他看来,“变化”不是说盖了多少楼、城市怎样扩张,而是通过“人”为载体来铺展出时代的变迁。“每个时代都有那个时代的痕迹和烙印,每个时代就像一粒一粒珍珠一样,通过电视剧里的各个人物,把时代的变迁串联起来,这样就做成了一部作品,也成就了一个个人物。”

剧中,杨亚洲敏感地抓到每个重要时间节点,如考大学、考文工团、待业做临时工、去深圳下海等等,这些都是对主人公十分关键的人生转折点,也是能够激荡起几代人情感共鸣的时代记忆。“三四十年的岁月浮沉,我特别希望能够让大家看得感动,能够看到我们经历了什么,觉得平实但不平庸。而所有人世间的关系也都围绕一个字‘爱’,用爱去感受沧海桑田。”

全剧最打动杨亚洲的,就是两位主人公李墙(李晨饰)和陈瓦儿(王晓晨饰)的爱情。对于如何安排这两人的交织,杨亚洲选用了一首传统的北京小曲——《探清水河》。“这首歌让他们相

识,相当于是—首定情歌,包括在整部剧里其实也是贯穿始终的一种感觉。他们后来因为考试、家庭的一些因素又产生了矛盾冲突,但最后兜兜转转还是走到了一起,又回到了这首歌,像是在歌曲中一起走过了几十年。”

杨亚洲对两位演员李晨和王晓晨的表现也非常满意。此次是杨亚洲和李晨继《草帽警察》的第二次合作,他对李晨的最大感受依旧是真诚,“李晨是一个很真诚的人,这种真诚是他塑造角色的最基本保证,也是一个法宝,他在创作上的态度决定着他会演好这个角色。因为李墙本身就是一个很单纯很执著的人,不管是为了理想还是爱情,认定了就是认定了。”对于陈瓦儿,杨亚洲也认为第一次合作的王晓晨驾驭得非常棒,“拍这部戏之前没看过太多她的作品,但我真的感觉她的表现是让这部剧成功的一大助力,那股掀起男孩子们内心风暴的鲜活劲儿她拿捏得很到位。”

(据《齐鲁晚报》)