

贺岁档揽收45亿 《三大队》票房夺冠

给2024年电影市场开了个好头

《一闪一闪亮星星》浪漫飘雪,《年会不能停!》道出打工人心声,为期38天的2023年贺岁档(2023年11月24日至12月31日)在几部跨年影片的集体发力中落幕,最终收获了45亿元的总票房。其中《三大队》以5.59亿元成为2023年贺岁档的票房冠军,《一闪一闪亮星星》和《涉过愤怒的海》分别排在第二、三名。

跨年影片为2023年完美收官

38天内86部影片上映,2023年贺岁档影片数量之多,创下5年来新高。卢米埃影城住总万科店营销主管冯贺楠直言,往年贺岁档以国产片为主,2023年还有《海王2:失落的王国》《旺卡》《爱乐之城》等多部进口片。“从类型题材来看,2023年贺岁档更加多元化,迎合不同观众群体需求,既有年轻观众喜欢的《一闪一闪亮星星》《泰勒·斯威夫特:时代巡回演唱会》,又有《金手指》《潜行》等商业大片。最终目的,都是想吸引不同的人走进影院,养成观影习惯。”

国内贺岁档从1997年冯小刚电影《甲方乙方》开始逐步成熟,但近年来,春节档越来越火爆,成为全年无可争议的第一大档期,距离春节档一两个月的贺岁档,影响力慢慢弱化。影评人朱擎天坦言,2023年12月大盘一直比较冷清,没有一部票房破10亿元的影片。原本被寄予厚望的《海王2:失落的王国》口碑票房双输。

2023年最后3天,《一闪一闪亮星星》《年会不能停!》等7部新片大轴亮相,让贺岁档圆满收官。《一闪

一闪亮星星》可以说是年度现象级营销,如果没有‘下雪场’活动,跨年这几天的票房至少要打对折。”朱擎天说,跨年上映的几部新片票房表现都还不错,助力2023年全年票房达到549亿元,给2023年收了一个还算漂亮的尾巴,也给2024年的电影市场开了一个不错的头。

口碑与仪式感的胜利

《三大队》成为贺岁档票房冠军,是口碑的胜利,更说明当下观众对优质现实主义作品的渴求。中国电影学会秘书长饶曙光分析,该片并非常规警匪片,但却凭借饱满真实的人物形象和悲壮动人的故事俘获了观众的心,票房后劲十足。“今天的中国观众对视听奇观、火爆场面已经见惯不惊,他们更想看到能和他们日常生活发生关联的作品、更好的人物塑造。”他建议从业者,在借鉴美国、香港类型片经验的基础上融入更多现实感,想方设法与观众的日常生活和情感发生关联。

《一闪一闪亮星星》的现象级成功,充分证明了仪式感在观影中的重要性。冯贺楠说,2023年12月31日22点13分,他所在的影院做了《一闪一闪亮星星》的“跨年下雪场”活动,220个座位基本卖光。跨年时分,影厅飘起人造雪花,观众发出欢呼,大家互道“新年快乐”,这让冯贺楠感到有些“小激动”。“活动场能给观众提供特殊体验,让他们获得更多幸福感。”他认为,影院在特殊时间节点,针对某部影片或特殊人群,开展特定

活动,对提升观影人次有积极作用,影院和观众双方都会“乐此不疲”。

上映不久的喜剧片《年会不能停!》,有望成为最近一段时间领跑市场的最热门影片。该片打出“打工必看”旗号,犀利吐槽各种职场现象,目前豆瓣评分8.1分。

冯氏喜剧败走贺岁档

相比之下,冯氏喜剧、港式犯罪片则在贺岁档遭遇票房滑铁卢。

截至1月1日晚,冯小刚执导的电影《非诚勿扰3》累计票房刚突破5000万元,在一众新片中严重掉队,单日票房甚至打不过已经上映许久的《三大队》。冯小刚最终败在了自己一手带火的贺岁档上,令人唏嘘。影片发布预告时,马卡龙配色和葛优“高龄”出演爱情片,就已遭到吐槽声一片,上映后的口碑更是跌得惨不忍睹。“《非诚勿扰3》拍得太敷衍了!广告植入太多,科幻感太低,大量棚拍带来廉价感。”

老派港产犯罪片表现疲软,难以吸引如今的观众。《爆裂点》票房不足1亿元,《潜行》《金手指》即便有刘德华、梁朝伟等明星加持,也没打过《一闪一闪亮星星》《年会不能停!》。影评人井润成分析,观众对故事和场面都有一定要求,如果剧本太烂或者动作戏不出彩,就难以有看点。在他看来,北上拍片的香港导演应该好好调整思路了:“要么你在大场面上有一些翻新,要么剧情或人物上有一些可供观众讨论的空间。”

(北京日报 袁云儿)

《最强大脑》将开启脑力对决

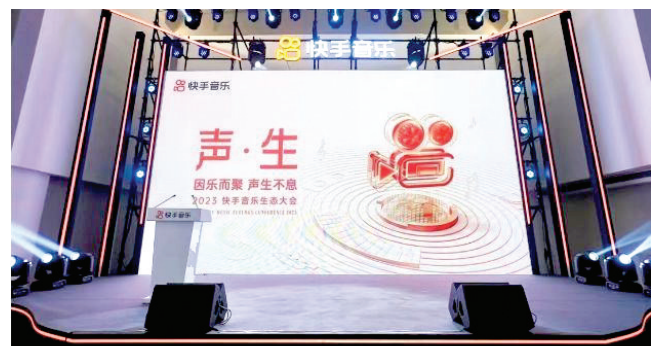
脑力竞技综艺《最强大脑11》将于5日起在江苏卫视开播。主持人蒋昌建、中国战队总领队侯佳宁、中国战队召集人王昱珩、庞博,还有特邀脑力见证官昆凌和刘畊宏,他们会一起见证脑王的诞生。

这一季的《最强大脑》分成记忆、六维、速算、魔方四个赛道,选手实力都不容小觑。据悉,《最强大脑》是江苏卫视引进德国节目《Super Brain》而推出的大型科学竞技真人秀节目,节目专注于传播脑科学知识和脑力竞技,全程邀请科学家,从科学角度探秘天才的世界,并将组成最强大脑中国战队,迎战来自海外的最强大脑战队,决出世界最强大脑。

(今晚报 高 爽)



帮好歌找到更多听众



日前,“声·生”2023快手音乐生态大会在京举行。现场发布的《2023快手音乐生态数据报告》显示,全年有3.4亿快手用户发布了106亿条音乐视频,视频播放量近20万亿次,其中爆款歌曲的播放量达到3864亿次。

快手科技运营副总裁、快手作者与内容生态业务部负责人黄咪咪表示,许多快手用户是深度的音乐兴趣用户,对音乐具有强烈需求。“快手为音乐创作者提供了更多机会,有助于建立平台、创作者和用户之间更深的连接。”

中国演出行业协会副会长兼秘书长潘燕认为,快手作为高日活的网络平台和网络音乐传播、宣传的重要出口,伴随短视频背景音乐的高频使用,可以让一首歌曲的传播速度和广度成几何倍数增长,在新媒体传播时代能帮助好歌找到更多听众。“我们在快手可以看到越来越多将传统音乐元素与流行热点相结合的作品,如不少用户以传统戏曲、民族器乐的演出形式,对热门歌曲进行改编演唱、演奏,用跨界融合的创新刷新了大众对传统文化的认知和理解。”她说。

2023年,快手共合作了超过1000家版权公司,曲库中积累了千万首歌曲,线上活动播放量超过1000亿次,投稿参与作品达500万首以上。随着快手的音乐氛围越来越浓厚,音乐消费的潜能和动力也不断凸显。来自环球、联合音乐、人见人爱等版权公司的代表表示,通过与快手合作,他们能够在一线了解到用户的喜好和作品的热度,及时反馈和指

导创作者更高效地满足高频用户的需求。快手音乐中心负责人于蓝透露,2023年,快手累计已为30家版权方促成了歌曲商业化场景合作,版权方音乐结算的总金额同比上涨15.5%。

2022年,快手推出“破晓计划”和“寻找宝藏音乐人”计划并举办快手音乐人年终盛典,使一大批快手音乐人完成了从“素人到‘红人’”的蜕变。中国音像与数字出版协会数字音乐工作委员会副秘书长班志远指出,快手等平台让音乐人和音乐作品更容易被发现、传播,同时也为音乐人和音乐作品提供了新的创作、表演方式以及新的收入来源。快手音乐人陈艺鹏以演唱富有中国风的粤曲而广为人知,现代电子乐器和民乐乐器相融合的伴奏方式,让陈艺鹏的演唱既有流行音乐的节奏感,又保留了一丝古韵。“快手聚集了一大批优秀的音乐人和热爱传统艺术的听众。通过这个平台,我能够更好地传播粤曲,让更多人了解和喜爱这门艺术。”陈艺鹏说。

于蓝宣布,2024年,快手将在保障音乐版权结算的基础上,推出全新的激励计划,提升优质授权内容的收入占比,通过“π”计划,与各音乐内容方联合打造爆款歌曲,探索并丰富快手的音乐内容空间。此外,快手将从短视频生态出发,打造更适合音乐人的成长土壤,依托智能算法和音乐大模型,预测和挖掘具有爆款潜质的歌曲,帮助创作者更好地创作好歌、热歌。

(人民日报海外版 文 依)

上甘岭战役开战当天的独家影像首次公开 上海出品纪录片《上甘岭》播出

在抗美援朝战争中,上甘岭战役是中国人民志愿军以极弱战胜极强的经典之战,是永远令人仰望的丰碑。上海广播电视台特别推出文南纪录片《上甘岭》以为纪念。

1月2日晚,纪录片《上甘岭》首播。该片分三集,每集约50分钟,全面讲述了抗美援朝战争中最为著名的上甘岭战役。值得一提的是,作为上海文化发展基金会资助项目,该片在全球范围搜罗到一份胶片档案记录,上面标注为1952年10月14日即上甘岭战役爆发当天,美军步兵第七师在朝鲜某地的影像。经数字化转制,这条时长10分钟的原始胶片露出真容,其上不仅记录了那个历史时刻美军炮击上甘岭地区的镜头,还有美军战地医疗站的伤兵和美军堆积如山的炮弹壳,画面之震撼可见当时战况之激烈。

纪录片《上甘岭》由上海广播电视台纪录片中心、百视通网络电视技术发展有限公司、哔哩哔哩联合出品,于2024年1月2日起每周二晚22:00在东方卫视播出,并在百视通IPTV/互联网电视/有线电视大屏、哔哩哔哩同步播出。

综合海内外档案文物,以国际化视角解读历史

国内影视作品长廊,与上甘岭相关或直接反映这场战役的内容并不稀缺。但真实自有千钧之力,每部历史影像被披露,总能激荡一代代人回首峥嵘岁月、致敬革命先烈的浓郁情感。

拍摄纪录片《上甘岭》,导演组走进中央新闻纪录电影制片厂,从该厂片库里搜集到不少反映抗美援朝时期志愿军战斗和生活的珍贵历史影像。同时,在上海音像资料馆的协助下,导演组还从海外采购了当时美联社“三角山战斗”新闻(注:美方称上甘岭战役为“三角山战斗”)和当时南朝鲜军攻打537.7高地北山的战斗新闻,这些新发现的上甘岭战役不同阶段的真实影像均在纪录片《上甘岭》中首次呈现。



除国内拍摄采访外,摄制组还远赴韩国、俄罗斯、美国寻找故事线索和档案资料。通过在美国的老兵后代和军史专家,摄制组获得一批上甘岭战役的珍贵档案资料和战地照片,补充了许多生动细节。以上甘岭战役中的经典炮战为例,摄制组除了在中国人民革命军事博物馆拍摄当年志愿军使用过的各种型号火炮外,还特别前往莫斯科的俄罗斯中央武装力量博物馆拍摄BM-13火箭炮,即“喀秋莎”,并采访俄罗斯专家讲述背后的故事。

融入电影级视听元素,“再现”上甘岭

上甘岭战役的主战场只是3.7平方公里的两块小高地,海拔不到600米。为更直观地展现当时的地形和战斗细节,纪录片《上甘岭》邀请到电影《长津湖》的特效制作团队加盟,制作了三维立体沙盘和部分战斗场景的实景三维再现。导演组还联合特效团队把目前游戏制作中常用的虚拟动作捕捉技术运用到纪录片中,邀请专业的军事动作演员再现了上甘岭战役中志愿军老兵发明的创新战术“包饺子”和“打空炸”。

声音制作方面,该片也邀请了专为军事电影制作音效的团队,为片中出现的各种武器和战斗场景打造电影级音效。同时,纪录片以老电影《上甘岭》中脍炙人口的插曲《我的祖国》为创作灵感,运用不同的配器演奏作为纪录片的主题音乐,以唤起几代人心中关于上甘岭战役的记忆和情感。

总制片人朱宏说:“当年在上甘岭战役中牺牲的很多烈士都正值青春年华。纪录片《上甘岭》融入当代年轻人的视角,以青春致敬青春,想要告诉大家70多年后的年轻人没有忘记历史,没有忘记英雄。”

(文汇报 王 彦)