

中国科幻IP出海 今日全球同步上线

奈飞版《三体》开讲“中国故事”

上映前,奈飞版《三体》就已在影视评分网站IMDb获得开分8.8的成绩,烂番茄开局新鲜度63%。《时代周刊》网站则称它是今年全球重磅电视剧。老牌科技媒体站Tom's Guide更是以“2024年目前最好的剧”为题进行报道,“这部神秘的科幻+惊险大片会让你身临其境,找答案会和看片子一样有趣。”

作为以展示各种形式、风格和流派的先锋内容而闻名的前沿电影电视节,西南偏南将奈飞版《三体》纳入其中是对它独特表达和风格的认可。奈飞版《三体》为更多中国IP在国际上的展示打开了新的可能性。

由《权力的游戏》制作人班底领衔创作

自2023年6月,美国奈飞公司发布《三体》预告短片后,“剧集质量”便成为热议话题。

据《华尔街日报》报道,奈飞版《三体》拍摄耗资巨大,平均每集预算高达2000万美元,整部剧集一共8集,总计预算达到约1.6亿美元,成为奈飞有史以来单集投资最昂贵的项目之一。

该剧由《权力的游戏》制作人班底领衔创作,大卫·贝尼奥夫和D.B.威斯担任剧集制作人和执行制片人,携手兼任编剧和执行制片人的亚历山大·伍共同编写剧本。此外,另一位也来自《权力的游戏》团队的贝尔纳黛特·考菲尔德同样担任执行制片人。剧集的第一、第二集由中国香港导演曾国祥负责指导。《三体》原著作者刘慈欣和英文翻译刘宇昆作为该剧的剧作顾问。

奈飞版《三体》场景宏大,特效精美,但对原著改编力度较大,针对一些专业的科学理论部分进行了适当的删减,以便大部分观众更好地理解剧情并获得最佳观看体验。“对于纯



《长风破浪》今日开播

导演姚晓峰:王一博的干净青涩符合角色气质

3月18日,电视剧《长风破浪》在北京举办媒体看片会,一众幕后主创出席交流。导演姚晓峰坦言:“该剧关乎道路和信念的选择,有质感、有情感,也希望能让观众们有同感。”该剧今晚将登陆CCTV-8、爱奇艺。

《长风破浪》以20世纪30年代风云变幻的上海为背景,讲述了银行职员魏若来(王一博饰)凭借出色的工作能力,逐步得到高级顾问沈图南(王阳饰)的赏识,并在成长过程中与沈近真(李沁饰)相识、相知,



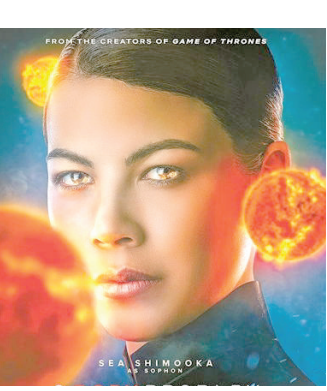
粹的剧版观众来说,这是一个引人入胜的故事,它暗示了复杂的理论物理,同时将其应用到现实场景中;对于原著读者来说,这是刘慈欣故事的全新版本,混杂了第二部、第三部的一些内容。”此前,制作人和导演在接受媒体采访时这样表示。

总的来说,奈飞版《三体》首映后口碑还是不错的,由于《三体》在中文科幻小说中无可撼动的地位,让大家对于这次全球化的改编抱有强烈的希望和热忱。

面临比国剧版《三体》别出新意的挑战

在奈飞改编版《三体》以前,国剧版《三体》也于今年登上美国NBC环球流媒体平台Peacock进行全球发行。

除此之外,三体IP还有不少相关衍生作品,如动画、广播剧、系列游戏和沉浸式科幻体验、三体沉浸式艺术展等,这些IP内容产品由一家名叫“三体宇宙”的企业开发。据之前的报道,“三体宇宙”是《三体》三部曲的内容开发及商业衍生的全球独家版权方,所有项目工作,这家公司都会定期和原著作者刘慈欣沟通。



事实上,奈飞版《三体》面临的挑战是,如何创作出与国剧版相比别出新意又能让观众认可的剧集。同时,奈飞版《三体》也是对国剧版“使命”的延续——用更具世界视角的故事让更多人接受并喜欢上中国科幻故事。

“仅仅设想改编这部小说就很吓人”

主创团队对奈飞版《三体》的改编十分重视,制作人大卫·贝尼奥夫在接受《华尔街日报》采访时表达了自己对这次改编的看法,“仅仅设想改编这部小说就很吓人,因为它十分恢弘。”

尽管原作者刘慈欣表示了自己对主创团队的信任和期待,但改编《三体》的挑战性依旧很大。奈飞主创团队的“角色”是承接中国科幻故事全球传播的合作伙伴。

不论是国剧版的全球发行还是奈飞版的国际化改编,能够获得其他国家观众的接受和认可,说明世界市场对中国IP的核心价值观和表达方式是认可的,也体现了三体IP本身具有的全球传播性。两版剧集都具备了不一般的品质和市场价值。而奈飞等平台对剧集的投资,高达上亿美元,正是认可了中国IP走向海外的文化影响力与经济效益。

我们也期待看到全球化的改编视角,因为科幻题材所展现的是人类共同面对的问题,正如制片人之一的亚历山大·伍在接受美国顶级影视娱乐杂志《综艺》采访时所表示的:“我们希望影片保留下来的是那种惊奇感,以及这样一种认知,宇宙的问题不只是个人、个别国家的问题,而是人类整个物种的问题。”

(北京青年报 祖薇薇 王佳懿)

电影重映不能全靠押宝档期



原以为重映能“逆天改命”,没想到面子里子都丢光。从春节档退出的电影《红毯先生》近日重映,但观众不买账,不到1000万的总票房宣告了影片在市场上的彻底失败。有网友吐槽,撤档重映就像炒冷饭,质量再好观众也没了兴趣,还不如当初在春节档硬挺。

重映未能成功“改命”

“撤档一个月,归来仍被碾压。”网友这样调侃电影《红毯先生》的重映窘境。根据猫眼专业版数据,该片上映5天仅收获732万元票房,这与影片由宁浩执导、刘德华主演的强大阵容形成了巨大反差。更尴尬的是,这不是《红毯先生》第一次上映。

约一个月前的农历大年初一,该片与《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》等8部影片一起亮相2024年春节档。由于票房太低,2月16日,《红毯先生》宣布退出春节档。因为还有《我们一起摇太阳》等3部影片也先后宣布退出春节档,“撤档”成为年初电影市场的热词。

3月4日,《红毯先生》宣布重新定档3月15日上映。然而这次重映,并未成功“改命”。半路杀出来的“程咬金”——《周处除三害》惊艳了观众与业内,称霸了整个三月档期。好莱坞科幻大片《沙丘2》也凭借不俗口碑获得不错票房。而且,春节档余温仍在。翻看猫眼专业版的票房数据,《红毯先生》仍被《第二十条》《飞驰人生2》《热辣滚烫》等“老朋友”牢牢压制,和一个月前并无什么区别。有网友调侃,《红毯先生》相当于“重映了个寂寞”。

“一鼓作气,再而衰,三而竭”

影评人朱擎天用“一鼓作气,再而衰,三而竭”来概括《红毯先生》频繁改档给票房带来的负面影响。

早在去年10月13日,影片便早早定下了最初档期——11月17日。作为主创宁浩与刘德华继2006年《疯狂的石头》结缘后的首次合作,影片当时收获了不少关注度。但没想到,片方很快在11月8日宣布进军春节档。《红毯先生》先后确定的三个档期,最先定的11月17日应该是最合适的。因为当时这部电影新鲜感最足,而且11月整个大盘虽然冷清,但竞争压力也比较小,宁浩加刘德华的组合摆在那里,肯定是目标最大的重点影片。从年末到春节档之间有一个漫长的空窗期,给了影片口碑发酵

与宣传很大的空间。”朱擎天说,该片这次重映,基本处于“裸宣”状态,既没有发布多少新物料,也没有额外营销什么话题,在这样的情况下,想取得好票房无异于痴人说梦。3月15日,尽管全国影院经理给足了《红毯先生》面子,11.6%的排片不算少,然而1.3%的上座率却让人跌破眼镜,甚至还不如影片2月17日撤档那天。

从影片品质看,《红毯先生》保持了宁浩的创作水准,但影片偏文艺的风格与春节档合家欢观影的调性不符,重映则丧失了新鲜感。影评人崔汀坦言,宁浩在这部作品中把镜头对准影视行业,虽然还是延续他拿手的喜剧,但属于冷幽默、慢热类型。“今年春节档都是喜剧,其他作品很热闹,《红毯先生》比较冷。撤档后重映,观众又有了很多新选择,比如《周处除三害》《功夫熊猫4》,相比之下,大家会有种《红毯先生》已经上了很长时间的错觉。”在他看来,电影越来越讲“快”,不光影片的节奏要快,要能在开场后迅速抓住观众,整个行业消费的节奏也很快,观众都想看最新上的内容,《红毯先生》这两点都处于劣势。

影片重映要重新包装

三次定档,狼狽收场,《红毯先生》带来的教训值得业内深思。电影产业专家蒋勇直言,该片反复调档、上映后撤档,是对契约精神的违反,扰乱了正常的市场秩序。“电影市场就是要抢观众,《红毯先生》春节档竞争不过别人,直面失败也没什么,宁浩还有好多其他项目。撤档重映,说难听点就是跑路了,而且是4部电影集体跑路,说上就上,说撤就撤,以后谁敢相信你?”

《红毯先生》在春节档前后已花了大量成本去做发行和营销,重映时不光肉眼可见地没钱再投入,就算想做,一部影片能挖掘的营销点也早在上次上映时就被消耗殆尽。蒋勇建议,主管部门和行业协会应当对这类撤档行为做出规范,起到监管作用。影评人曾念群表示,当档期选择错误时,有些影片撤档是无奈之举,但像今年春节档“半壁江山”撤走,就得谨慎对待。即便重映,也不能把“宝”全押在新档期上,而是要重新排兵布阵,在营销上做出创新。“《红毯先生》重映,只是改了个日期重新上,其他别的都没做,市场也根本不认。”他建议,重映影片要重新包装,采取新的策略吸引观众,破除“二手货”的旧印象。

(北京日报 袁云儿)