

《雄狮少年》： 好口碑缘何未支撑起票房

■文本报 记者 林琳

“这个片子能到10亿”，是金逸珠江院线总经理助理谢世明第一次看完《雄狮少年》的心理预期。但两轮点映后，在电影市场摸爬滚打多年的谢世明敏锐地发现了其中的变化，以至于他对影片的预期票房不断下修。“第一轮点映后就感觉有点不对劲儿了，一直没有‘破圈’，上映前的预期票房已经降到两亿了。”

《雄狮少年》首日票房最终定格在776万。虽然上映前业内对其票房会有分歧，但不到800万的开局成绩，还是让很多人觉得“《雄狮少年》首日走势莫名其妙地低开”了。

一边是猫眼电影、淘票票、豆瓣电影等平台9.5分、9.3分和8.3分的高评分，以及“大V”、大号诸如“今年最好的国漫”的评价，一边却是首日票房不足千万的现实。不免让人有些唏嘘。

《雄狮少年》迈出了一大步

采访中，凡是看过影片的人，都给予更多的正面评价。虽然故事确实有些俗套，但其中的技术含量、配音、画面、浓郁的岭南文化等都是响当当的。

相比上述这些，“纯粹的现实题材国产动画电影”，是《雄狮少年》最大的创新点和亮点。

“《雄狮少年》完成了从‘传统文化+神话’，到‘传统文化+现实’的转变。”中国动漫集团发展研究部主任宋磊认为，影片不再是靠神话元宇宙的瑰丽奇幻，以及战斗大场面的华丽绚烂吸引人，而是靠舞狮所代表的真谛、舞狮文化传承的精神去感染观众。

2015年的夏天，《西游记之大圣归来》捅破了国产动画电影票房的“天花板”，让市场和资本都对“国漫”另眼相看。而后的《大鱼海棠》、《白蛇》系列、《新神榜：哪吒重生》、《姜子牙》等，乃至票房超50亿的《哪吒之魔童降世》，他们都是以“神话”为依托。

相比之下，《雄狮少年》向前走出的一步，是国产动画电影从“不再执着于塑造‘我命由我不由天’的脱离生活束缚的叛逆个性，到着力打造可见、可触摸、接地气的现实情感”的一大步。

在谢世明看来，《雄狮少年》能够抛开传统“IP”，创作一个全新的故事，这本身就值得鼓励。

常规宣发动作 没有帮到《雄狮少年》

但是，现实往往是“骨感”的。猫眼数据显示，《雄狮少年》首日的排片达到了25.5%，但上座率只有2%，远低于同日上映的《误杀2》和《跨过鸭绿江》。

纵向比较，在上映前一天的晚7时，《雄狮少年》物料总播放量是98.3万，抖音话题播放量为1.9亿。同日上映的《误杀2》同一时间这两项数据已分别达到161.8万和19.9亿。两者差距较为明显。尽管这两项数据是实时更新，但《雄狮少年》想在上映一段后追上头部动画电影的数据仍有难度。

仔细看看《雄狮少年》物料的投放，海报、预告片、主题曲、微博、抖音等平台的短视频，其实“十八般武艺”一样不少。一位从事电影营销的人士告诉记者，他印象中，《哪吒之魔童降世》点映了几场之后在微博上就传开了，而《雄狮少年》的点映显然没有达到那样的效果。

《雄狮少年》从故事内容到档期的制定，定位完全是一个成人向的动画电影。但遗憾的是，仅从片名、故

事梗概这些信息看，《雄狮少年》对成人观众的吸引力有限，很难成为该群体的第一选择。“在新冠肺炎疫情影响全球经济的背景下，大多数人们的消费会更加谨慎，对于电影的消费更倾向于确定性高的影片。”中国电影票房吧创始人涂彪说。

以谢世明的经验看，在12月这个档期，影院的观众主要以情侣为主，但《雄狮少年》到现在为止，并没有拿出对他们有足够吸引力的营销点。而且虽然大众对国产动画电影“主打低幼”的固有印象有所改变，但还没有达到日本、北美等市场的程度，因此《雄狮少年》不可避免的要承担更多的启蒙成本。宋磊认为，如果《雄狮少年》在寒暑假上映，兴许是个更好的选择。“那时的观众群体更加多元，学生、成人、家庭观众都是《雄狮少年》的目标观众。”

中国电影票房吧创始人涂彪则认为《雄狮少年》中的“雄狮”和“少年”都偏向小众，尤其是舞狮文化更多盛行于南方。

“但小众的文化或运动并非不能引起大众共鸣。”曾在国内大卖的《摔跤吧！爸爸》以摔跤这项国内观众很陌生的运动为载体，但影片依然大火。“原因不在于载体是什么，而是通过载体表达了什么样的主题和情感。”《摔跤吧！爸爸》中的女孩代表了全体女性，她的胜利已不再是个体或某项运动的胜利，可以说象征着女性、女权的胜利。

“《雄狮少年》中的舞狮运动虽然也承载着主人公的梦想，但在创作和营销层面如何进一步放大主题，是电影从业者需要思考的问题。”

对于动画电影的宣发，宋磊还有另一个观点。宣发上，每一部影片都是个案，只有当动画公司的品牌、动画导演的品牌建立后，票房的确定性才会减少。就如提到导演就有宫崎骏、新海诚等品牌，提到公司就有皮克斯、迪士尼等品牌一样。“只有同一家公司或个人通过多部高质量的作品，才能确立品牌。近些年，我们在国内已经看到一些导演和公司有这样的趋势。”而在和日本同行的交流中，他们告诉宋磊，中国动画已经进入了品牌时代。

“雄狮少年”前路漫漫

采访中，专业人士也提出了一些《雄狮少年》在创作层面的问题。

影片中，主人公阿娟在成长过程中，经历了许许多多的打压、白眼，甚至是霸凌。“我们的创作者走进了一个误区，整个影片中，这个正能量的主人公周围有太多的负能量。”在宋磊看来，文艺作品需要呈现的是，用正能量的大环境去改变个体的负能量，反之则会让观众不适，甚至怀疑影片的真实性，让现实题材不那么“现实”。

而造成这种情况的原因之一就是同类题材太少。“创作者可参考的素材太少，第一次尝试，又缺少方法论，就难免走偏。”宋磊说。

现实题材动画电影比现实题材影片有一个天然的优势——天马行空的想象力。但遗憾的是，《雄狮少年》并没有充分利用。宋磊说，如果是他来创作，他会让舞狮用的狮头“活起来”。在阿娟的梦境中，完全可以设计狮头是有灵魂的，可以和主角交流。

其实，这些手法在以前的动画中都有所运用。如宫崎骏在《起风了》里面对战斗机的想象性描写，《中华小当家》对食客们吃到美食后幸福感受的想象性描写等等。“电影、动画，都是在造梦，即使是现实题材，这些手法也完全可以参考。”宋磊建议说。

《1921》在京沪两地启动长期固定放映

本报讯 由黄建新监制兼导演，郑大圣联合导演的“庆祝建党一百周年重点影片”《1921》，继在“一大”会址开机及举办首映仪式后，日前再一次重回“一大”会址，举行“回望百年，星火永传”为主题的固定放映启动仪式。影片将作为特色党史教育在 UME 国际影城（新天地店）和中影国际影城（党史馆影院）长期固定放映。

为让更多观众，尤其是年轻观众有机会通过这部影片回望历史，领略建党精神，从中获得开拓前行的智慧和勇气，6月底至7月，《1921》剧组路演，重走先贤路，探寻上海“一大”会址、西柏坡、延安等红色足迹；又走进清华、北大、中共中央党校、上海大学等学府，与学子们一同汲取百年前革命先辈的精神力量，“以青春点燃青春”。与此同时，《1921》也先后在香港、澳门上映，并发布了蒙语版、藏语版。

此次长期固定放映活动为上海市电影发行放映行业协会联合上海市旅游行业协会统筹行业头部优质资源，策划的全新模式——“红色电影之旅”活动，将在北京和上海两地长期固定放映《1921》。

北京的固定放映地点为中国共产党历史展览馆配套影院的中影国际影城（党史馆



影院)。作为拥有全系列中国自主知识产权的电影放映设备和技术世界一流的智慧型影院，党史馆影院专设有两个“红色主题展厅”，倾力打造党史学习教育“红色放映基地”，让广大观众特别是青少年走进影院，跟着电影学党史，从中切身感受党的辉煌成就、艰辛历程、优良传统，厚植爱党、爱国、爱社会主义的情感。观众可以通过“线上预约”的方式，扫描“红色经典影片展映”的二维码进行预约观影《1921》。

上海的长期固定放映由上海市电影发行放映协会联

合上海市旅游行业协会统筹策划，以“参观红色经典+观看红色影片+聆听红色故事”为主要形式，观众在游览一大旧址纪念馆后可前往 UME 国际影城（新天地店）观看影片《1921》。

通过长期固定放映《1921》，红色电影及红色旅游资源相结合，有机会把学党史、悟思想、办实事、开新局做得更加切实，让每一位参与者从“实景”到“影像”，全方位沉浸式感受中国共产党诞生的完整历程，真正让红色旧址成为党史“教室”，也让影院成为新一处红色文化高地。

“从策划启动之日起，我们就知道，这不仅仅是一部电影，同时也是那段珍贵历史的生动再现，以及红色革命精神的接力传承。回望百年，星火永传，希望通过长期放映，《1921》能跨越时间、空间，成为一代代年轻人了解历史的一个‘窗口’，让百年征程历历在目，让百年初心历久弥坚！”程武在现场表示。据悉，电影《1921》由腾讯影业、上影集团、三次元影业、中影股份、华夏电影、中央党校大有影视中心出品，于今年暑期在全国公映，累计票房超过5亿元。（林琳）

雄鹰已远去天边翱翔 ——追思挚友涂们

■文/王垠

回去撒泡尿酒精就没了。我们不行，这是基因问题。”他的骨子里还像当年那样不服输。回到房间悄悄跟我说，他的小腿肚子一按一个坑，跑进了大医院就是查不出什么原因，只好在酒上把把关。

《止杀令》描写的是西征的成吉思汗在丘处机的劝说下班师东归的故事。此时的成吉思汗有着称霸天下的霸气，有着对“长生天”的敬畏，也有常人同样的烦恼和焦虑。涂们表演的分寸拿捏十分准确，有些“出神入化”。他的身体有些发福，披挂上100多斤的盔甲更显得臃肿，当他跃上了马背，当年的雄风犹在，还是那只展翅翱翔的草原雄鹰。影片中他与对手的戏大都端坐在龙椅上，台词无几。他的对手有“老戏骨”赵有亮和平泉电视剧《呼啸的山野》的外景地，一起度过了难忘的“世纪之交”。那时的涂们性格豪爽又乐天，他人还在门外爽朗的笑声早已闯进了门。他是个“段子手”，每当大家聚餐，他都会抖落出一个新“段子”，餐桌上总是笑声不断。他最拿手的是模仿秀，唯妙唯俏，能让人笑破肚皮。在电视剧中他饰演一个开金矿的“黑老大”，是个心狠手辣的家伙，被他刻画得入木三分。后来知道他自己冒着风险去黑金矿体验生活，甚至结交了几个货真价实的“黑矿主”朋友，这才有了出神入化的演绎。那时的涂们酒量惊人，无人敢与他比拼，我的酒量还算不错，也只能甘拜下风。他给人留下的印象是性格豪爽、乐观、霸气，对艺术创作一丝不苟。

我们第二次合作是电影《止杀令》，演成吉思汗他是不二的人选。当我联系涂们时，他连价钱都没谈就欣然接受了。十年之后的涂们老练沉稳了，也谦虚谨慎了许多，只是豪气不减当年。一次聚餐喝酒竟败给了我，他涨红了脸极力辩解：“蒙古族和鄂温克人遗传基因里缺汉族人那种分解酒精的酶，王导他们

能加座。老总们备受感动，直呼不可思议。国际电影的权威杂志《好莱坞报道》发了整版的专访，剧照中的成吉思汗威风凛凛。两年后《止杀令》被选为英国万象电影节的开幕影片，放映后英国的文化大臣找到我，对涂们表演大加赞赏。

《止杀令》拍摄后，得知他离开内蒙古电影制片厂回到家乡海拉尔，担任文联副主席和文化旅游领导小组副组长。呼伦贝尔的“冰雪那达慕”就出自他的创意，首届“冰雪那达慕”是他策划和导演的。他还神秘地说准备引进外资建个矿泉水厂振兴家乡。我知道他是个说到做到的人，一定是个好主席好组长。但事务上的事情操心多了，艺术创作的机会必定会减少。涂们的演技正在蒸蒸日上，轻易放弃实在可惜。他追求艺术梦想的脚步不该就此止步，他的艺术才华不应被埋没。于是就帮他牵线签约了北京君为文化传播公司，这对他之后的艺术道路有些许的帮助。

2017年，他凭借《老兽》中的出色表演荣膺最佳男主角奖。我第一时间表示祝贺，他却客气而冷静地回复：“谢谢王导，谢谢你的鼓励和支持！”我告诉他不用谦虚，这是实至名归。本以为他会借此机会攀上表演艺术的顶峰，没想到不分的他跑到导演圈里来“抢饭碗”，快60岁完成了导演处女作《呼伦贝尔城》。北京的首映式我受邀前去捧场，本想借机“羞辱”一下他，没成想影片拍得有模有样，让我刮目相看。影片在上海国际电影节传媒关注单元获得了最佳处女作荣誉，对于我的夸奖，他爽朗一笑：“话到老，学到老嘛。”第三次合作是2020年，没想到这竟是我们最后的握手。4月份他来电约我去海拉尔，准备拍一部鄂伦春族抗日题材的电影《兴安岭上》，当时因为疫情原因我未能成行。6月份，他再次约我，到了我才知道这是一部庆祝鄂伦春自治旗建旗70周年的

影片，他担任监制兼主演。让我疑惑的是涂们已经导演了两部电影，自己完全可以胜任为何还要请我？他的解释是，拍主旋律我是高手，他怕拍不好辜负了鄂伦春的期望。涂们双重身份加身真成了大忙人，从投资到计划，从演员到主创的选择，吃喝拉撒睡没有他不操心的。剧组的住宿条件不理想就亲自找旗长交涉，伙食质量上不去就找政府协调，服化道都有亲自过目，整天忙忙碌碌。可喜的是，这些繁琐的事务并没有干扰他自己的艺术创作，他塑造了一位顶天立地的鄂伦春抗日英雄——盖山，他的演技已经达到了“顶流”。我理解了作为一个民族艺术家，他热爱自己的民族，热爱自己的家乡。他当导演的目的就是想拍出属于自己民族的电影，让更多的人了解自己的民族，了解他们的家乡草原。

我们的电影《兴安岭上》在涂们不遗余力的协调下，在全体摄制组努力下，30天的拍摄计划28天就完成了。停机宴上，涂们露出了轻松的笑脸，他举起酒杯给我敬酒：“我的这顿算是放下了，你的恩我也算是报了。”我不明白要报我什么恩？涂们哈哈大笑：“当初是你拉着手把我送到了君为公司，我的艺术道路才能一步步走到了今天，这还不算是恩吗？”我顿时明白了，这部影片他完全可以自己导演，他推荐我的那番话完全是托词，报恩才是他真正的目的。他是一个懂得知恩图报的人。

《兴安岭上》三次在电视频道黄金时段播出，两次获收视率全国第一。可涂们却永远地离开了我们，我从此设了一个心胸坦荡的好兄弟，影视界少了一位深明大义、深明大义、深明大义的好儿子。我虔诚地祝福你在那遥远的天堂还是那样豪爽、那样快乐。愿我们的草原雄鹰在那远去的天边展翅翱翔……

（作者为山东电影制片厂厂长、导演）

