

2022年喜剧电影前瞻： 探索“喜剧+”多类型融合 传承“喜剧性文化基因”

■文/本报记者 赵丽

今年春节档,有《长津湖之水门桥》、《奇迹·笨小孩》、《狙击手》、《四海》、《熊出没·重返地球》、《这个杀手不太冷静》等8部影片上映。

但只有一部喜剧片《这个杀手不太冷静》,可以说是独占鳌头,最终取得了超27亿元票房,并且产生了一定的“长尾效应”。中国电影评论学会会长饶曙光认为,在生活节奏加快的今天,喜剧电影“受宠”程度与日俱增,走进影院开心一笑成为许多市民的生活消遣方式。尤其在春节这样喜庆祥和的假期里,《这个杀手不太冷静》作为唯一一部“纯喜剧”电影,影片传达的情绪符合档期氛围,在票房方面实现了突围和逆袭。

按照观众消费心理,喜剧片向来是最受市场欢迎、最受观众青睐的类型片,市场需求一直比较旺盛,也是“黑马”频出的类型之一。

究其原因,饶曙光认为,“主要在于已有40多年历史的央视春节联欢晚会,喜剧小品已经潜移默化地培养了人们的喜剧情趣,甚至已经形成了当代中国人的一种‘喜剧性文化基因’。”而观众对于喜剧元素的偏好,更是激发了电影创作者对喜剧片的创作热情,越来越多的喜剧片上映,也吸引了更多观众走进电影院观看,强烈的市场反馈进一步刺激了喜剧片的飞速发展。

计划于年内上映的《保你平安》、《哥,你好》、《龙马精神》、《超能一家人》、《独行月球》、《外太空的莫扎特》、《美人鱼2》、《学爸》、《二手杰作》等10多部喜剧片,或将在疫情之后,再度掀起观影热潮。

◎ 观众的观影首选,档期的中流砥柱

纵观国产喜剧电影的发展,不难发现,喜剧片是“贺岁档”、“春节档”常驻“嘉宾”。

20多年前,冯小刚的冯氏喜剧《甲方乙方》开启了中国电影的贺岁档,让贺岁档慢慢成为喜剧片的“聚集地”,更让“贺岁喜剧”的概念深入人心。

随着春节档的发展,从2009年开始,合家欢喜剧在春节档开始崭露头角。据不完全统计,2009年,《游龙戏凤》、《疯狂的赛车》、《家有喜事2009》共获得票房8800万,占档期1.55亿的57%;2010年因有《阿凡达》坐镇,喜剧片并未获得太多份额;2011年,喜剧片《最强喜事》拿下春节档冠军,与《武林外传》、《神奇侠侣》共占档期份额51.6%;2013年,《西游·降魔篇》、《越来越好之村晚》两部以喜剧为主

打类型的影片,档期内票房达5.56亿,占春节档7.83亿的70%,其中《西游·降魔篇》以12.46亿的票房成绩跃居当年的票房榜冠军;2014年、2015年,动作片开始发力,但仍有《澳门风云》系列、《爸爸的假期》、《前任攻略》等喜剧作品问世;2016年春节档30.37亿的票房产出中,《美人鱼》、《澳门风云3》、《过年好》等3部喜剧电影的票房占比达71%;2017年,《功夫瑜伽》、《西游·伏妖篇》、《大闹天竺》3部喜剧片拿下近42亿票房;2018年,从贺岁档孵化出来的《唐人街探案》系列续集《唐人街探案2》一举斩获33.97亿元;2019年《疯狂的外星人》和《新喜剧之王》形成“一超一强”的市场格局;2021年《唐人街探案3》和《你好,李焕英》合力托举,创下市场新高。

与高票房相匹配的,是喜剧片营造的

观影效果与春节期间欢乐祥和的整体氛围的高吻合度。

相比较,今年春节档只有《这个杀手不太冷静》一部喜剧,能够精准触达用户的产品供应不足影响了档期票房的充分释放。金逸珠江电影院线总经理助理谢世明认为,喜剧电影在各个国家都是重要的类型,每年都会有特别多的喜剧类型片。今年春节档只有《这个杀手不太冷静》上映,主要是《超能一家人》撤档,帮助《这个杀手不太冷静》成为了市场上的稀缺类型。

这其中,《澳门风云》系列毫无疑问是成功的喜剧品牌。港式喜剧风格加全明星阵容,这看似简单却不易做到的组合,正是《澳门风云》系列成功的“法宝”。从2014年第一部的5.2亿,到2015年的9.57亿,再到2016年《澳门风云3》的11.18亿,或许《澳门风云》系列在电影叙事、美学层面都有值得商榷的地方,但精准定位、“合家欢”的包装、老少咸宜的表达方式,成就了该系列影片极高的“命中率”。

如果说《澳门风云》是伴随着春节档一同成长,那么周星驰的喜剧则是改变春节档市场定位的重要推动力。

2013年的《西游·降魔篇》拿下12.64亿票房,2016年的《美人鱼》更是打破了当年的内地电影市场票房纪录,以33.93亿登顶;2017年,周星驰与徐克联手《西游·伏妖篇》登陆春节档,收获16.52亿票房;2019年的《新喜剧之王》也收获了超6亿票房。

近年来,国产喜剧电影有了长足发展,从较早的冯小刚贺岁喜剧、周星驰的“无厘头”喜剧,到后来涌现出的极具个人特色的喜剧系列和品牌,比如徐峥的“囧系列”、宁浩的“疯狂系列”、陈思诚的“唐探系列”,以及喜剧人打造的“开心麻花”系列等,都收获了不错的票房和口碑。

相对于“囧系列”和“疯狂系列”,“开心麻花系列”和“唐探系列”可以说是后起之秀。

2015年9月30日,由“开心麻花”打造,沈腾和马丽主演的《夏洛特烦恼》全国公映,在“国庆档”的票房厮杀中,《夏洛特烦恼》借助爆棚口碑一路逆袭,在20余部影片中成功突围问鼎冠军,国庆七天票房5.58亿,最终累计票房达14.38亿。

此后,“开心麻花”团队打造了《羞羞的铁拳》、《李茶的姑妈》、《温暖的抱抱》、《这个杀手不太冷静》等一系列喜剧作品,并且都在票房上取得了耀眼的成绩。

无独有偶,同年12月31日,《唐人街探案》进军贺岁档,并取得了6.81亿元。2018年,导演陈思诚带着续集《唐人街探案2》鏖战春节档,一举拿下近34亿票房,2021年,《唐人街探案3》再战春节档,以45.15亿的喜人成绩交上了答卷。

喜剧,不仅是重要档期的中流砥柱,而且即便是淡季,喜剧也能频出“黑马”,让淡季不淡。2019年3月,这是传统的电影淡季档期,没有“流量明星”的喜剧片



《老师·好》凭借过硬的品质,展示出持久的生命力,3.55亿的票房超越同档期的《乐高大电影2》。

这些年,喜剧电影得到了迅速的发展,但也难免出现同质化的现象。饶曙光认为,有些喜剧片在整体完成度不高,喜剧桥段不够精彩、喜剧人物性格刻画不到位,已经很难再受到观众的青睐和市场的欢迎。“尽管喜剧受到观众和市场的青睐,但观众的眼睛也是雪亮的,眼光也是非常挑剔的。严格说来,喜剧片创作和生产盲目

跟风、缺乏创新性、同质化等问题还是比较严重,不断遭到业内外人士的诟病,也拉低了全社会对喜剧片的认知和评价。”

中国电影家协会副主席、清华大学教授尹鸿认为,观众的每一次消费都会提高自己的鉴赏能力,进而提升要求。因此,中国电影生产不能一直停留在旧有题材、旧有手段的创作层面,中国电影市场需要具备多样性的电影产品供观众选择。

(下转第6版)