

《你好，李焕英》《热辣滚烫》总票房超87亿元 “贾玲票房神话”能否复制

春节档落幕，但四部新片热度依然延续。这其中《热辣滚烫》上映20天，收获了33.39亿元的票房，成为大赢家。算上2021年贾玲执导的《你好，李焕英》在当年取得的54.13亿元的票房，贾玲仅凭两部影片目前就取得了87.52亿元的惊人票房，放在世界影坛女导演中也是成绩傲人。

主题完全契合春节观影需求

一次是偶然，但连续两次登顶春节档票房冠军，背后一定有必然的原因。中国艺术研究院教授支菲娜认为，这首先是因为影片选择了一个合适的档期，在她看来，春节档并不是“专业化”的档期，因为它要在最大范围内照顾到一亿多次观众的文化消费需求，“其中有很大一部分都是低频次观影的观众，他们一年只看一次电影，比如像偶尔和子女团聚的老年人、外出务工的返乡者等。”这就要求春节档电影首先要有一个“高辨识度”的标签，这种标签属性可以让观众放心买票。其次，电影在形式上不能过于沉重，要贴合春节阖家团圆、其乐融融的亲情主题。此外，影片在艺术表达上不能有太高的门槛，要能让老百姓都看懂。最后，还要在情感的表达上让观众有代入感和共情，能够“对号入座”。今年春节档新片中，唯《热辣滚烫》

全部符合上面提到的这些要求，《你好，李焕英》《热辣滚烫》都是如此，情感内核上能够引起大多数观众的共情和认同。”

上海大学上海电影学院教授程波则认为，《你好，李焕英》和《热辣滚烫》两部作品之间存在着潜在的“互文关系”。比如当年《你好，李焕英》上映后，贾玲在宣传期间作出了“如果票房过30亿元，我就要瘦成一道闪电”的承诺。她在《热辣滚烫》中真的做到了，先增重40斤，再减重100斤。不但如此，《热辣滚烫》中贾玲饰演的杜乐莹的拳击背心上还用英文印上“这是李焕英的女儿”字样，将两部影片的情感连接在一起。同时，两部影片的演员阵容和创作班底也有重合。这种不同层面的“共振”，无疑会极大提高影片的辨识度，让看过《你好，李焕英》的观众有了想接着看《热辣滚烫》的冲动。

话题营销定位精准别具一格

“引爆《热辣滚烫》票房的无疑就是营销。”在电影市场专家蒋勇看来，早在《你好，李焕英》时，片方团队在电影营销上面就有了精准的定位，比如《你好，李焕英》公映时，贾玲和已过世的母亲李焕英的亲情故事在各大平台反复被讲述和渲染，到了《热辣滚烫》，虽然贾玲在不同场合都强调该片不是讲“减肥”的电影，她更希望出现在热搜上的词是“爱自己”，但从实际效

果来看，“贾玲瘦身100斤”的话题依然屡次冲上热搜，成为吸引很多女性观众走进电影院的主要原因。到了公映后期，贾玲访谈时公开了自己的“瘦身食谱”。蒋勇认为，《热辣滚烫》在今年春节档中的营销热度，完全碾压其他几部影片，“短视频时代，电影营销的作用越来越大，大量短视频的释出，让影片的话题具有‘滚雪球’的效应，越滚越大。”



“因为贾玲的原因，《热辣滚烫》的‘破墙’效果明显。”程波认为，在某种程度上，《热辣滚烫》可算是一部“真人秀”电影，“电影打破了角色与演员、阅读经验与生命

经验、真实与虚构之间的界限。因为贾玲积极的明星效应完成了此前中国电影在这方面并不明确的探索，这对市场反应和口碑效应都形成了良好的支撑。”

“横空出世”改变电影市场生态？

上海戏剧学院教授聂伟认为，如果说《你好，李焕英》是对母辈青春“再回首”给出了一个交代，《热辣滚烫》则是对“眼前”的青春给出了一个交代，“影片主打‘看眼前’励志故事，是导演面对观众的真诚，也是迎合市场的老练。但‘看眼前’之后还是要‘向前看’，在如何发现、理解、讲述青年群体‘向前看’的现实人生与日常奋斗，如何创作出共理共情的更好的青春片，国产电影依然任重道远。”

《你好，李焕英》《热辣滚烫》在票房上的成功，无疑是很多片方和创作者难以企及和想象的。“贾玲票房神话”能否被复制？今后市场上会不会一窝蜂地出现此类题材的电影？甚至，贾玲的横空出世，会不会改变未来中国电影市场的生态？

对此，中国电影家协会副主席、清华大学教授尹鸿明确给出了“不会”的回答。他认为，社会大环境下人们心态的改变，是支撑《你

好，李焕英》《热辣滚烫》大卖的原因之一。近几年，曾经风靡一时的好莱坞超级英雄电影都已经不再卖座，社会思潮正在改变，“从这几年的暑期档来看，观众对现实社会和生活的关注度更加高了，大家希望能够更多从电影中看到当下，又能够从中汲取一点励志的力量。”而贾玲的两部电影不但将故事和现实生活很好地关联了起来，而且在宣传点上做到了极致，“这非常难，也很难复制。”

尹鸿认为，相比《流浪地球2》《长安三万里》等在形式上更加注重电影工业化创新的作品，《你好，李焕英》《热辣滚烫》则是另一种形式的“工业化”。“其实这些作品中也有很多高新技术的运用，只不过不像过去那种追求大场面的高新技术，而是更多地融入到讲故事和写人物上去，这几年中国电影整体的工业化水平无疑是提高的。”

（据《北京晚报》王金跃）

郎朗新专辑《郎朗：圣-桑》正式发行

近日，钢琴家郎朗最新录音室专辑《郎朗：圣-桑》由德意志留声机唱片公司对外发行。该专辑包含实体黑胶、数字唱片等多种形式，收录了圣-桑《第二钢琴协奏曲》《动物狂欢节》两部大型管弦乐作品以及备受乐迷喜爱的古典乐经典作品，是一部法国音乐精选集。

新专辑以《动物狂欢节》开篇，核心曲目还包括圣-桑的《第二钢琴协奏曲》。郎朗表示，选择把圣-桑的《动物

狂欢节》放在专辑开头，是希望更多小朋友可以从这部作品开始了解和接触古典音乐。在《动物狂欢节》中，圣-桑以生动的手法，描写乌龟、大象、天鹅等动物们在热闹的节日中，各种滑稽有趣的情形。郎朗表示：“很多人可能会认为《动物狂欢节》是给小孩演奏的作品，好像是家庭音乐会的常用作品，但我觉得这部作品其实也挺伟大的。这部作品中，在欢乐的表面下充满巧妙的想法，作曲家用一种幽默的方式，

做了非常真实的表达。”

专辑还收录了十余首钢琴独奏、四手联弹作品，其中既有法国黄金时代的名曲，也有曾被忽视的法国女性作曲家的遗珠作品。双钢琴版本的德彪西《小组曲》则由郎朗与妻子吉娜·爱丽丝共同演奏。值得一提的是，《郎朗：圣-桑》采用了先进的杜比全景声进行录制，细腻呈现音乐厅内的原始听感，让听众感受古典音乐的魅力。（据《今晚报》高爽）

