

关于无锡电影路演的“那些事”

与往年暑期档的热闹相比,今年的暑期档有点“静悄悄”。严格来说,暑期档已有大半个月的时间,却没有一部电影口碑爆棚。虽然邓超的《银河补习班》、刘德华古天乐的《扫毒2》纷纷提档,从预售票房来看也并没有激发无锡观众的热情。这个暑期,无锡电影市场着实有点“冷清”,到底少了什么?这个问题让无锡电影行业的人托腮思考,最终的答案却惊人的相似——电影路演。

大部分的市民可能不太清楚什么是电影路演,但提起明星来到影院和综合体跟观众见面,就会恍然大悟。电影路演是国内主流的影片宣传方式,指的是在电影上映前后,该电影主创成员在公共场所与现场观众及媒体进行线下互动交流。最近两年票房大卖的电影,从《捉妖记》到《美人鱼》,从《战狼》到《红海行动》,每部电影光鲜的成绩背后,或许都有明星疯狂跑几十个城市路演的成果。

难忘的无锡路演 彭于晏人气太旺 邓超全程自问自答

明星路演一直是主流的影片宣传方式。大世界影城市场部负责人朱超说,“电影路演不仅是片方提高影院排片的重要手段,也是各地方媒体宣传的重要环节,最重要的是有利于本土粉丝口口相传,扩散影片口碑。”无锡有让人难忘的电影路演吗?朱超表示,彭于晏和张涵予来宣传《红海行动》,人还没有到粉丝就来包场了,当时彭于晏专场的黄牛票炒卖到300元一张,人气太旺了。

“《从你的全世界路过》无锡路演是邓超来的,印象特别深刻,因为主持人全程没有说话,邓超一个人完成了自问自答的全过程。”曾是光线影业无锡发

行的晓英说。恒业影业发行有限公司无锡发行时健告诉记者,他最难忘的应该是《唐人街探案1》,王宝强和陈思诚这两个人当时是自己比较喜欢的艺人,这部片子没看之前也不知道会这么惊喜,在无锡当时也走了很多家影城,到了《唐人街探案2》来无锡时自然是更热闹了。无锡百丽宫影城负责人陈薇则觉得,2015年暑期《煎饼侠》让她实在难忘,“导演大鹏太拼了,创造了当时的全国路演纪录,完成40个城市的路演活动,跑了近400家电影院,当时他到无锡的时候已经累的不行了,可是活动一开始立刻就恢复活力,让人很心疼。”

除此外,赵丽颖、周星驰、井柏然、霍建华来过无锡走路演,给很多无锡观众留下了深刻的印象,因《第三种爱情》来无锡的宋承宪,更是在一天内创造了“每个无锡人都在跟他合影”的话题。路演内容城市之间并没有显著的差异,主创根据影片特点设计的小环节也会反过来成为宣传点。如吴京《战狼》无锡路演时,每人手中拿着五星红旗,整个影厅里红彤彤的一片;郭敬明携《小时代》巡回路演,到无锡当天他已经非常疲劳,本不想有太多特殊环节。不过到了现场,看到影院员工跳起了片尾的彩蛋舞,郭敬明也跟着High了起来。

路演决定票房? 可能有拉动票房作用 关键看影片本身

不难发现,无锡这两年电影路演大幅度减少。2016年、2017年是电影路演颇多的两年,如《美人鱼》《西游记之孙悟空三打白骨精》《湄公河行动》《从你的全世界路过》《芳华》《乘风破浪》《空天猎》等电影,据不完全统计,一年有近20场电影路演。2018年整年仅6场路演,《红海行动》《唐人街探案2》《悲伤逆流成河》等;今年截至目前仅4场电影来无锡路演,其中两场都是贺岁片,如周星驰和韩寒都亲到无锡来宣传《新喜剧之王》和《飞驰人生》,杜江也携《地久天长》来锡,还有就是上周的《银河补习班》。

博纳影业副总裁陈庆奕表示,作为发行方来说,做一次路演活动除了需要协调主创的档期时间,还要考虑全国的路演需求,有时候主创能配合的路演安排可能只有一两个城市,最多的可能也就七八个城市,在这种情况下,发行方也要站在全国市场的角度去考量。无锡发行负责人分析,“一般路演到了苏州就不会来无锡,两地靠得比较近”;无锡市民对明星

的热度不是很高,除非是一线流量明星来;无锡商场对于出活动费用请艺人方面投入不大,像常州的话二线以下艺人会更愿意去,那里的商场是有一定的出场费用。

做路演真的可以扭转一部电影的排片量,从而影响票房吗?无锡大世界影城负责人缪杰表示,真正通过路演影响到影院和观众,还得看影片本身。陈庆奕告诉记者,随着互联网的发展和自媒体以及其他宣传平台的不断增加,目前电影的营销宣传渠道的确更加宽泛,形式也越来越多样化,但是电影路演宣传有其他形式不可替代的作用和效果,作为电影宣发公司来说,路演也是一种传统且非常重要的选项。无锡海岸城影城负责人冯洁表示,电影淡季或者说没有热门电影的时候,其实电影路演是可以拉动票房的,当然是大制作电影就更事半功倍。

“《煎饼侠》的火爆并不是根据路演才判断到的,这部电影实际上很有群众基础,从《屌丝男士》的热播,到同档期唯一的喜剧类型,都很有优势,最初我们

的预估票房比《捉妖记》还高,在我们影院的路演场次更是提前五天就销售一空。”缪杰认为,路演毕竟有明星加盟,观众的反应掺杂了对明星的热情,而单纯的点映更能看出观众的态度,“比如《泰囧》,当时徐峥也没料到观众这么喜欢,影院的预估也有偏差。所以看到点映的效果以及上座率,影院很快就调整了排片比例。”陈薇说。而那些质量不好的电影安排太多点映,效果也不一定好,一些小众电影做再多路演,作用也不大,“有些小众片见面会场次只卖出四分之一的票,影院还到隔壁拉了一些观众来填场子,仍然没坐满。这样的影片上映后也不可能增加排片。”路演尽管是一种受欢迎、有效的宣传方式,但对票房的影响终究还有其他因素。无锡百美汇影城负责人俞岚说:“每个影片上映时的环境不一样,类型比例不一样,竞争力也会不一样。”

不过,无论如何,所有受欢迎的影片,都在尽可能地与观众深度交流,这似乎是个趋势。

(晚报记者 璩璐)
(图片由无锡各大影城提供)

《银河补习班》 来锡路演 引发感动瞬间

本报讯 由邓超执导主演的电影《银河补习班》,自6月上海电影节就开始了宣传轰炸,从点映、提档、路演,可以发现邓超对自己的电影信心十足。而网上已看片的观众直接称其为下一部《我不是药神》,每到一个城市都会引得观众流泪。这不,5日晚,梁超、王西、魏尊、吴亚衡等主演随《银河补习班》到无锡路演,6家电影院的观众与主创互动时,发生了多次感动的瞬间。

在电影中小高老师温柔和蔼,在对马飞的教育中,小高老师和父亲马皓文一样,都用鼓励和关爱进行引导。路演中,饰演小高老师的扮演者王西受到了“另类”表白。现场一位观众专门上台,替同事问小高老师有没有男朋友,观众欢呼声不断。这位观众还分享了自己的观影感受:“我也是父亲,看电影的时候我落泪四次,尤其是马皓文的教育理念,我觉得既触动人心又很励志,这种理念才是我们家长需要的。”

现场不仅有父母带着孩子来参加提前观影,还有祖孙一起来的。值得一提的是,现场一位白发苍苍的奶奶带着孙子来看电影。奶奶说:“我孙子上学的时候就跟马飞很像,他的想法特别多,还都很新奇,成绩也特别好。看到电影中同学们扔卷子的镜头,我真的很感动,落泪了。”小孙子也对奶奶深情告白:“我觉得奶奶在我成长的路上对我帮助很大,她真的为我付出了很多。”一番互动感动不少人,随即响了长时间的掌声。

现场观众中,也有不少来自真正补习班的老师,其中有一位就谈起了自己的教育心得。他做了15年的教育培训,对电影中马皓文的教育方法深有感触:“首先我要给配乐老师点个赞,马皓文带着儿子去旅行时那段配乐听得我心怦怦直跳。作为父亲,我偶尔带着孩子翘课去玩,我觉得生活就是这样。《银河补习班》给我们很多启发,教育也是可以很快乐的,我们作为家长,也要善于发现每一个孩子的美。”

除了观众分享的感动故事,路演中几位主创也讲述了《银河补习班》创作背后的秘密。在片中出演阎主任的“疯儿子”的魏尊,虽然在片中几乎没有露脸的镜头,但为了演好疯子的角色,他穿着戏中的衣服在街上体验了三天生活。有一次他想跟为剧组打菜的大妈要一个馒头,大妈竟然被吓得直哆嗦。“有一次走去饭店,立刻有保安拿着叉子来赶我,那个叉子太危险了,不得不跟对方说我是演员,是为了体验角色。”魏尊说。

(璩璐/文、摄)

