

# 《地球最后的夜晚》

## 货不对板

### 上映第二日票房口碑断崖式下跌

#### 文化娱乐现象 述评

《地球最后的夜晚》，凭借着“跨年一吻”，教科书般的营销，上映前6天预售票房破亿，并最终在2.1亿元的成绩刷新了国产文艺片预售票房纪录。12月31日上映首日，更是以2.64亿元遥遥领先于其他中外大片的当日票房，彪炳贺岁档国产影片票房榜单。

但上映第二日，也就是元旦当天，《地球最后的夜晚》票房断崖式下跌，仅剩1100万余元，表示“看不懂”的观众们愤怒地嚷嚷着要退票。截至傍晚，打分相对宽容的购票平台猫眼上该片口碑掉至3.1分，淘票票3.4分，惨不忍睹。

#### 噱头

#### 很成功

2018年12月7日，《地球最后的夜晚》发行方写给全国各院线、影院一份跨年活动声明：“这是2018年的最后一部电影，影院可选本片做跨年活动，可选择在12月31日21:50开场，影片结束时恰好就是0点0分跨年那一刻。观众可以与最重要的人一起度

过一个最有仪式感的夜晚，一吻跨年！”随后，在以抖音为主的社交媒体上，出现了大量围绕“一吻跨年”等关键词展开的宣传。也有不少“用户”上传票房预定截图，摆成2019、心形等，被最多点击和转发的视频是一个女声在念一段文字：“如果可以，我希望能买到《地球最后

的夜晚》跨年点的电影票，然后跟自己喜欢的人一起去看，在电影最后结束时刻相拥接吻到第二年。”还有直白道：“其实看什么不重要，重要的是，我希望身边坐的是你”。于是，影片在各网络购票平台的想看人数，呈井喷式暴涨。截至《地球最后的夜晚》上映，淘票票想看人数37万，猫眼想看人数28万，颇为可观。

应该说，这是一场成功的营销，连导演毕赣本人也认可这种方式让文艺电影走进了大众。

#### 电影

#### 不好懂

但那些点了“想看”，甚至早早买好了影票的观众，可能并不知道毕赣到底是谁，也不知道他们需要“遭遇”的是怎样一部文艺电影。

毕赣导演的处女作《路边野餐》于2016年上映，虽然长镜头看吐了不少观众，但影片仍然凭借其独具一格的光影、色彩运用，令人惊艳的长镜头，现实与梦境的水乳交融，让年

轻的导演一鸣惊人。此后这个贵州凯里的1989年出生的小伙受到资本的青睐，以约7000万元投资，完成了自己的第二部长片作品。

《地球最后的夜晚》并不是一部难看的电影，但是它与《路边野餐》高度相似，并且同样是晦涩的、难懂的。有豆瓣网友评论说：“形式和样式与《路边野餐》如出一辙。叙事再次不

知所云，没有深度。如果通过镜头长短可以成为衡量一个导演能否载入史册的标准，我们家门口的监控录像可以拿奥斯卡了。”而评论人韩浩月则认为：“进入3D之前的篇幅有些找不到重点，毕赣完全可以像贾樟柯拍《山河故人》那样，强调一下故事性。”他还在上映前委婉地指出，这是一部非常强调个人体验的电影。所以，当七线城市青年都在朋友圈刷“跨年一吻”的时候，《地球最后的夜晚》危险了，它恐怕难以承载被商业片喂养的观众的愤怒。

#### 票房

#### 已断崖

很不幸，韩浩月言中了。截至1月1日傍晚，电影的排片、上座率和综合票房占比，分别从前一日的34.1%、46.4%、50.8%断崖式下跌至9.2%、6.5%、5.5%。导演张江南愤怒道：“一部戛纳盖章因天才之名的艺术电影，因为抖音的碎片化欺诈营销，和片名意外地暗合了观众的丧情绪，获得了猎奇的第一波观众。这不是电影的成功，这是营销逐利的成功。除非进场的观众大多觉得这电影确实不错，否则这种竭泽而渔、寅吃卯粮的手段，只会加速行业的寒冬。”的确，上一部这般境遇的电影是《爱情公寓》，透支了观众的信任，却货不对板，最终极大地伤

害了观众和市场。

无论商业大片还是文艺电影，追求更多票房和观众都无可厚非，但营销应该建立在一个对等的前提下：即观众知道自己想要什么，而影片恰巧满足和呼应了他们的需求。显然，在《地球最后的夜晚》和《爱情公寓》的营销和预售上，发生了某种故意的错位，造成了电影上映后报复性的口碑和票房的下跌。

《地球最后的夜晚》不是一部糟糕的电影，但它却做出了一场糟糕的营销示范，即便赚了钱，也极大地伤害了观众和市场对于文艺电影好不容易积攒起来的兴趣和信任。

首席记者 孙佳音

两个国际 A 类电影节牵手

## 『日本新片展』下周亮相

本报讯（首席记者 孙佳音）第二届“中日新片展”的重要活动之一——2019“日本新片展”将于1月10日至13日在上海和成都举行，共展映6部日本新片。

2017年首次开启的“中日新片展”，将上海国际电影节和东京国际电影节两个国际 A 类电影节的影展交流拓展到了电影节之外。当年12月在上海、深圳和昆明三地举行的“日本新片展”，共短短3天时间里共吸引约两万名影迷进入影院参与其间。2018年3月，十部中国新片走入日本东京、大阪和名古屋，展映场次达28场，吸引众多日本观众观看，三城卷起了一股华语电影之风。

本届“日本新片展”将展映6部日本新片——《夜以继日》《哈纳莱伊湾》《你的鸟儿会唱歌》《青涩之恋》《臭小子与美丽世界》和《飞翔吧！埼玉》。其中《飞翔吧！埼玉》是世界首映，《你的鸟儿会唱歌》《青涩之恋》是国际首映，《哈纳莱伊湾》是中国首映。

2019年1月5日上午8时，“日本新片展”将在线上、线下同步开票。线上购票可在淘票票官网及手机客户端购买；线下购票地点为各放映影院售票窗口。上海的影迷可在大光明电影院和UME新天地国际影城购买。

首席记者 孙佳音



日本新片展海报

## 28 首歌曲风格迥异

# “乱世佳人”在舞台“复活”

《乱世佳人》是第一部由中外联合合作的经典 IP 英文版音乐剧，由九维文化制作出品，汇聚国际一流主创、主演团队共同打造。演员从百老汇、伦敦西区区和巴黎三个音乐剧高地选拔而来，从顶级的演员经纪公司 2 万份简历里筛选出来，经过三次海选面试最后选定。曾出演过《剧院魅影》的 Rachel Gold 扮演斯

嘉丽，出演过《妈妈咪呀》的 Eric Briarley 扮演白瑞德。而来自中国的优秀舞美设计师冯磊，则以出色的创作赢得刷屏赞誉。采用中国写意的方式完成油画的质感，在美国南方棉田的柔软中碰撞北方工业时代的钢铁质感，让古典和现代产生奇妙的化学反应。

本报记者 朱渊



英文版音乐剧《乱世佳人》剧照 主办方供图

近日，英文版音乐剧《乱世佳人》正在上海文化广场热演，精美大气的舞台布景、和电影几乎如出一辙的画面呈现，以及 28 首风格迥异的金曲，让迷倒无数人的“乱世佳人”在舞台“复活”。

电影《乱世佳人》改编自世界名作《飘》，由费雯·丽、克拉克·盖博两大传奇巨星演绎，在当年奥斯卡中拿下 10 项大奖。而此版音乐剧在忠于原著精神的前提下，脱离了以往的窠臼，格局更加宏大，视野更为辽阔。剧中不论是南北对峙的背景交代，还是斯嘉丽少女孤独的吟唱，黑奴们的控诉、风尘女的自白，还是结尾的《无动于衷》，都是以往剧作所不曾涉及的。