

《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，要贴合春节档阖家团圆、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。”（王金跃）

沉积千年 香飘万里

舍得

早有愿望，参观一下“中国沉香博物馆”和逛一逛沙垌香街。有幸受邀请，我搭上了茂名日报社办公室党支部主题党日活动活动的顺风车。

初春，细雨绵绵，像花针如细丝，密密地斜织着，车窗外是一幅幅水墨画。车程用了40多分钟，我们来到了位于观珠镇的“中国沉香博物馆”。

沙垌村第一书记、“香香公主”钟影虹女士，热情引领我们进入了“中国沉香博物馆”。

走进博物馆大门，迎面而来的是一组栩栩如生的“闻香识古”雕塑：屏风的圆孔寓意一轮明月；屏风前是一棵沉香古树，枝繁叶茂；树下一个香炉香烟袅袅，三位文人雅士正在闻香抚琴，吟诗作对。我仿佛穿越了时空隧道，来到了一个古老而神秘的沉香世界。那沉积千年的香韵，令人陶醉。

沿着展馆的走廊前行，一件件散发着沉香韵味的藏品、一幅幅精美的沉香图片映入眼帘。随着钟影虹的引导和讲解，我们参观了一个又一个展区，增长了沉香的历史、文化知识，了解了沉香生成“受尽磨难”的过程，明白了沉香的用途和价值。我感叹：沉香不仅仅是一种物质，也是一种文化，更是一种精神象征。

走出博物馆，钟影虹引领我们来到了沉香奇楠树苗的育苗基地。

在这生机勃勃的育苗基地里，充满着生命的力量和希望。春风像轻柔的吻，温情的触动在小树苗的脸颊上流连。

春风如诗，乡村如画。我们从一首诗跳进另一首诗，从一幅画晕染进另一幅画，来到了沙垌香街。

香街，一道亮丽的风景线！一栋栋小洋楼沿着长街古巷排列，一楼店铺张灯结彩，仿佛一幅浓墨重彩的画卷。

街上人来人往，店铺的沉香商品琳琅满目。沉香手串、沉香茶、沉香酒、沉香精油等的香气交织在一起，让人仿佛置身于一个奇妙的香海之中。

漫步沙垌香街，我们进入致壹沉香有限公司店铺。店铺老板杨浪富很热情，给我们泡上沉香茶。品茗清香甘醇，沁入心肺，精神爽朗。

“杨老板年轻有为，开了间大店铺。”我由衷地说。

杨老板头发乌黑，浓眉大眼。他微笑对我说：“这店铺是公司的门面，公司由我三兄弟合作经营，大哥二哥各负责沉香种植或沉香产品加工，我负责看店铺和销售，沉香商品已销售到全国和世界各地。”

“你们公司生产供销一条龙，一年的收益一定很可观吧。”我更加羡慕杨老板。

杨老板笑容灿烂：“收益多少没有认真算过，反正吃穿住行不成问题，财富自由。”

实现财富自由，多少人的梦想与追求！

时光荏苒，不知不觉已是黄昏时分。钟影虹热情款待我们在香街吃晚饭。菜式大都是当地的沉香美食，特别是沉香鸡汤，美味可口。蓦然，我想起了苏轼诗句：“焚香引幽步，酌茗开净筵。”

夜幕降临，沙垌香街灯火通明，宛如璀璨的星河洒落人间。香街令我流连忘返 lwf。

啊！沉积千年的沉香文化，传承至今，香飘万里、漂洋过海、飘进万户千家……



（作者简介：姓名：洗奇；艺名：舍得；高州市作协会员）