

(上接第4版)

◎市场突围

中国喜剧电影TOP10		进口喜剧电影TOP10	
1	哪吒之魔童降世	1	摔跤吧!爸爸
2	唐人街探案2	2	加勒比海盗5:死无对证
3	美人鱼	3	神偷奶爸3
4	我不是药神	4	冰雪奇缘2
5	西虹市首富	5	神秘巨星
6	捉妖记	6	大侦探皮卡丘
7	捉妖记2	7	惊天魔盗团2
8	羞羞的铁拳	8	功夫熊猫2
9	疯狂的外星人	9	一条狗的使命
10	前任3:再见前任	10	多啦A梦:伴我同行

2006年宁浩的《疯狂的石头》上映之前,市场对其预期并不高,没有人相信一个新导演能用300万的投资撬动2000万票房,这匹让院线集体看走眼的“黑马”也有效带动了此后的喜剧电影创作。2007年开始,喜剧电影的市场投放量迅速攀升,随后稳定在每年30部到50部。

从头部作品的市场表现看,2012年至2019年,除2017年、2018年两年年度票房冠军由动作电影摘得、喜剧电影位居亚军外,其余年份年度票房冠军均由喜剧电影摘得。具体到单片票房,2011年上映的《失恋33天》票房超过3亿,2012年上映的《泰囧》票房超过10亿,2015年上映的《捉妖记》票房超过20亿,2016年上映的《美人鱼》票房超过30亿,2019年上映的《哪吒之魔童降世》票房超过50亿。

回顾最近一年喜剧电影的市场表现,根据2019艺恩文娱数据白皮书,2019年共上映喜剧电影63部,平均单片票房0.91亿,较2018年小幅收窄。粗略计算,包括《哪吒之

魔童降世》、《疯狂的外星人》、《新喜剧之王》、《半个喜剧》、《两只老虎》等在内的包涵喜剧元素的影片累计产出票房超过120亿,约占全年总票房的五分之一。

喜剧电影的集体发力也为中国电影市场的长期向好发展提供了有效支撑:

一方面,在保证充足市场供给的前提下,喜剧电影不断打破类型的“市场天花板”,单片票房在20年间完成了不足1亿向单片50亿的突破,成为具有强大本土市场竞争力的电影类型。

单片票房屡创新高外,喜剧电影重创意、轻投入的类型特点为更多行业新人提供了电影创作的入场券,一系列有市场竞争力的喜剧品牌逐步建立,如最早建立自己喜剧王国的冯小刚喜剧;以徐峥、黄渤、王宝强为标识的“囧”系列喜剧;以话剧改编见长的开心麻花喜剧;以周星驰为代表的无厘头喜剧和魔幻喜剧;以成龙为代表的功夫喜剧,以王宝强、刘昊然为代表的探案喜剧等。

2012-2019国产电影票房TOP10中喜剧电影数量(票房:亿元)								
时间	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
部数	3	6	4	3	5	4	4	2
喜剧冠军	哪吒之魔童降世	唐人街探案2	羞羞的铁拳	美人鱼	捉妖记	心花路放	西游降魔篇	泰囧
票房	50.02	33.97	22.07	33.93	24.38	11.65	12.45	12.72

◎喜剧电影亚洲经验

从创作经验的交流分享看,任何一种类型原则上都有借鉴、吸收全球经验的可能。考虑到喜剧电影存在一定的文化折扣率这一特征,中国喜剧电影的经验取得更多需要从文化、地缘更加接近的亚洲获得。一些近年来跨国翻拍的电影样本提供了相应的交流创作实践,部分“爆款”作品的出现则在一定程度上提供了借鉴的样本。

2001年韩国电影《我的野蛮女友》风靡一时,2002年电影《河东狮吼》、2012年《河东狮吼2》两部影片先后进行了本土化跟进。由于创作者准确把握了“悍妻深情”这一情感共性,并结合当下的社会现实和历史文化特点适度调整、发掘了“河东狮”这一经典文学形象,使得作品迅速赢得市场认可,为古装喜剧创作提

供了全新的经验。相比之下,新近改编自日本经典电影《家族之苦》的《麻烦家族》、改编自韩国电影《率性而活》的《大赢家》在喜剧的核心创意上存在较大的文化差异,创作者以忠于原著的方式翻拍,只在细节、桥段方面做了本土化的调整,造成整个故事的情感共鸣度大打折扣,翻拍反响平平。

市场是检验创作的重要标尺,近年来印度喜剧电影在国内市场保持了较高的能见度:2017年上映的印度喜剧电影《摔跤吧!爸爸》在中国市场累计票房接近13亿,《神秘巨星》、《小萝莉的猴神大叔》、《起跑线》、《我的个神啊》取得了过亿票房的成绩,《厕所英雄》、《印度合伙人》等作品也有不错的市场表现。综观这些电影,改编自现实生活、采用情景剧

的叙事模式、涉及民族、文化、宗教信仰等深刻的主题表达、实现了一种悲喜交加的喜剧效果……印度喜剧电影的集体突围的现象值得创作者总结和借鉴。

一代人有代人的文学,一代人也有一代人的喜剧。回顾中国喜剧电影的创作轨迹,作为最贴近观众消费习惯的电影类型,喜剧电影从无声到有声,先后经历了模仿探索、主流书写、作者表达、类型创新与市场突围等多个发展阶段,探索了讽刺喜剧、歌颂喜剧、黑色幽默、贺岁喜剧、复合类型喜剧等多种类型形态,发展成为当下最具中国本土特色和市场竞争力的电影类型。

回顾电影产业化改革以来的喜剧电影创作,虽然在思想性、艺术性、观赏性和市场表现方面都不乏优

秀作品问世,但喜剧电影创作整体仍呈现良莠不齐、头部作品占比有待提升等结构性问题。喜剧电影成功与否重要的标准之一是对笑声背后的复杂社会心理的深入挖掘,成功的喜剧在喜剧语言、喜剧人物和核心创意的完美匹配之外,还需要将简单故事拍出新意、拍出内涵、拍出深度的智慧和勇气,进而在完成一种大众文化娱乐产品提供的同时,实现价值观的输出。

观众需要优秀的中国故事,喜剧电影无疑是最适合讲述当下中国故事的电影类型之一,在完成了初步的市场突围和类型突破之余,相信未来的中国喜剧电影人一定能以扎根生活的定力和开放包容的视野创作出更多、更好的喜剧电影,为传承喜剧电影传统,讲好中国故事做出新的贡献。

