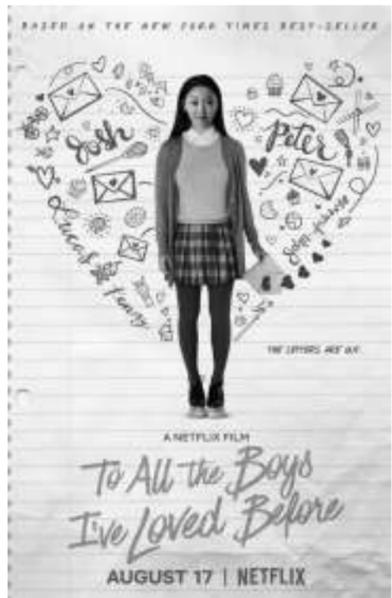


影院会再次拥抱浪漫喜剧片吗？

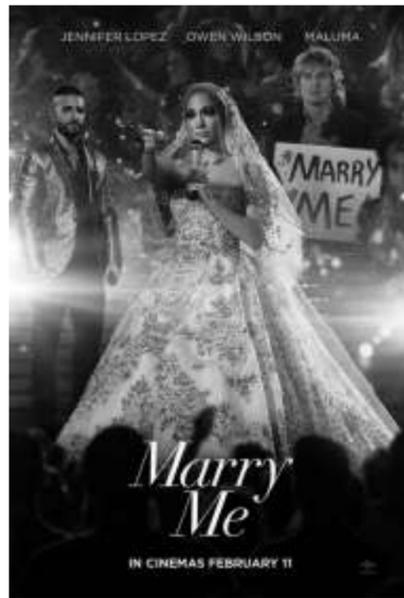
编译如今



《致所有我曾爱过的男孩》



《牵线》



《巨星嫁到》

流媒体平台的投资支出推动了浪漫喜剧影片的制作，但电影公司对将这些影片带到电影院感到紧张，导致电影制片人和演员都在猜测如何才能在大银幕上放映这些影片。

到现在为止，情况已经很清楚了：在票房的整体下滑之后，浪漫喜剧类型的影片大多被影院抛弃，转而支持超级英雄类影片和IP驱动的内容项目。奈飞的数据团队发现，他们的订户正在观看较旧的浪漫喜剧片，这家流媒体公司开始为自己的该类型内容项目开绿灯，以跟上明显的收视需求。《牵线》(Set It Up)、《致所有我曾爱过的男孩》(To All the Boys I've Loved Before)和《两大无猜》(Always Be My Maybe)等影片开始在社交媒体上引发讨论，助长了流媒体公司萌生“拯救”这一类型的影片的想法。

流媒体平台是类型片的下一个归属地吗？这是下一个需要讨论的问题。“出于某种原因，浪漫喜剧类型片需要面对一个特别大的问题：如何制作一部浪漫喜剧片？”制片人朱丽叶·伯曼(Juliet Berman)说，他曾制作影院上映的《尴尬时刻》(That Awkward Moment)和在流媒体平台上播放的《牵线》，这两部都是浪漫喜剧片。

传统意义上，浪漫喜剧类型片的吸引力在于其预算较低，因为制作它们的主要费用可能就是雇佣演员，这类影片也是一种非常适合起用不太成熟的演员作为主角的类型片。“总体而言，制片公司系统希望电影能赚10亿美元，而这正是他们关注的重点所在。”导演贾德·阿帕托(Judd Apatow)说，他执导了像《一夜大肚》(Knocked Up)和《生活残骸》(Trainwreck)这样的热门浪漫喜剧片，当时这种类型也是影院中的热门类型。“但如果在动作类型的系列影片上花很多钱，那么所有制片公司都必须用预算较小的电影来对冲，这些电影有可能在市场中有很大的票房上涨空间。”

使问题更加复杂的是票房复苏后观众结构上的变化。2019

年，年度票房最高的电影的观众性别分布相对平均，女性占49%，男性占51%。但美国电影协会在3月份发布的年度报告中透露，在新冠病毒大流行时期，去影院观看大投资影片的女性观众比例在2021年下降至45%。

“对于几乎所有的电影高管来说，都喜欢一部伟大的浪漫喜剧片，但多年来也都已经看到这种类型如何在市场中受到挑战，因为观众已经非常熟悉这类影片的套路了。”环球影业的制片开发部的副总裁兼高级执行官埃里克·拜尔斯(Erik Baiers)说，通过在情人节上映詹妮弗·洛佩兹(Jennifer Lopez) - 欧文·威尔逊(Owen Wilson)的浪漫喜剧片《巨星嫁到》(Marry Me)来打破差异，这部影片仅在全球获得了不起眼的4900万美元票房，并同时在Peacock上发行了这部影片。“我们在这里进行的一场马车与马的辩论，即在流媒体平台上观看浪漫喜剧片是因为他们想看，还是因为流媒体平台是近年来唯一可以看到这种类型影片的地方了？”

《巨星嫁到》的导演凯特·科罗(Kat Coiro)更直言不讳地说：“我希望我们的电影只在影院上映一周吗？可能，因为这是一部公共电影。”

有一些大投资的影院影片正在筹备中，包括环球影业的比利·艾希纳主演的《哥们儿》(Bros)，将于9月上映；以及10月的《天堂的门票》(Ticket to Paradise)，由乔治·克鲁尼(George Clooney)和朱莉娅·罗伯茨(Julia Roberts)主演。“《哥们儿》需要在影院放映。”其导演尼克·斯托勒(Nick Stoller)说，“这部电影具有历史意义，并且有进入影院的想法。”斯托勒称桑德拉·布洛克(Sandra Bullock)和查宁·塔图姆(Channing Tatum)主演的《迷失之城》(The Lost City)在3月25日至27日的首映周末票房为3040万美元，他补充说，“我认为制片公司需要拍摄一些喜剧影片。人们仍然喜欢，谁知道大流行意味着什么，流媒体意味着什么？”

在AT&T与探索传播合并期

间退出的前华纳传媒首席执行官杰森·基拉尔(Jason Kilar)于4月初的一次采访中表示，浪漫喜剧片是该公司打算通过投资和影院发行来支持的电影类型之一，当然其中会包括一些流媒体平台同步发行的影片。“我怀疑你将看到的是，这些电影不仅会在流媒体平台上播放，还会以非独家的方式提供给全球的放映商。”基拉尔预测道，“你也会看到这些类型的电影也有银幕库存。”

但那些影院上映的电影可能是规则的例外。比如：Hulu购买了狮门影业的洛佩兹主演的《枪口下的婚礼》(Shotgun Wedding)，该公司计划在6月上映；瑞茜·威瑟斯彭(Reese Witherspoon)回归该类型之作《住你那儿，住我这儿》(Your Place or Mine)，正在前往奈飞平台；该类型的中流砥柱南希·迈耶斯(Nancy Meyers)在2019年表示，鉴于中预算喜剧片的消失，电影业“已经发生了让我有些认不出来的变化”，之后她正在与奈飞制作她还未命名的复出电影作品。

奈飞独立电影部门的副总裁伊恩·布里克(Ian Bricke)表示，在项目启动方面，流媒体的点击量有助于提升该类型的关注度。“今天浪漫喜剧类型的素材比五年前要多得多，因为这种类型在此前有点失宠了，所以人们不一定要按照规范写，我们得到的很多剧本都是15年前的。”布里克说，“对于我们和其他倾向于这一类型的电影制片公司来说，该类型开始有复兴的趋势，这非常令人兴奋。”

但是很多传递给主创的项目消息是不确定的。《牵线》的剪辑温迪·格林·布里克蒙特(Wendy Greene Bricmont)回忆说，奈飞“戏弄”了该项目的团队，说这部影片可以在有限的影院上映，但最终从未发生。(在美国经营324家影院的影院连锁店Cinemark在过去一年中放映了10部奈飞的电影。)现在正在为亚马逊制作浪漫喜剧片的布里克蒙特补充道：“在亚马逊制作的项目上从未有过这样的戏弄。就像，‘不，你最终只会在小屏幕上放映’——没有人

这么说，但有时你就是这样想的。”

对于许多创意人员来说，该行业对包容性的日益关注，无论是在讲述故事的类型和讲述故事的人中，都有助于这一类型影片的发展。

卡特·格兰厄姆(Kat Graham)是三部奈飞浪漫喜剧片的主演，包括即将上映的《别墅中的爱情》(Love in the Villa)，她同意变革是一个缓慢的过程。“我确实认为这个行业还有很长的路要走。”她说，“仍然没有足够的亚洲主题、拉丁裔主题、非裔美国人主题等等。但我确实看到了进步；我很高兴能取得更多进展。”

浪漫喜剧片发展的一种可能方式是添加一个互动组件，就像奈飞最近宣布的由劳拉·马兰洛(Laura Marano)主演的《选择爱》(Choose Love)，她还主演了该平

台的《皇家造型》(The Royal Treatment)。“在奈飞和其他流媒体平台青睐这一类型之前的好几年里，制作浪漫喜剧片真的很难。”马兰洛说，他认为现在不是每个人都能负担得起去电影院的享受，尤其是年轻观众。“出于多种原因，我们处于一个非常不同的消费金融世界，但这并不意味着观众不喜欢这种类型的影片。”

出现在《迷失之城》中的杨博文(Bowen Yang)也在《哥们儿》和Hulu即将上映的浪漫喜剧片《火烧岛》(Fire Island)中扮演角色，他说他喜欢这种类型，但由于有如此多的此类电影在流媒体平台上首映，该行业“将其降级为媒体景观中某个微不足道的角落，这是它不应得的。”他补充道，“在电影里观看《迷失之城》时，我感到非常神清气爽。我当时的想法，‘我想念这种电影，我想念这段经历。’”

高尔街分析公司将2022年全球票房预测下调

这家总部位于英国的公司预测今年的全球总额将达到315亿美元，较同样受新冠疫情影响的2021年(213亿美元)和2020年(118亿美元)都有显著增长。然而，这一数字低于2017-2019年全球票房实现的平均值417亿美元。这也低于高尔街去年12月发布的对2022年的最初预测——

332亿美元——当时今年的任何电影票都没有实际售出。中国市场在高尔街对2022年的预测中为77亿美元，比2021年中国实际达到的73亿美元略有增加；拉丁美洲预计将从2021年的9亿美元增加到2022年的19亿美元，增加一倍以上。

(如今)



调查显示，大多数电影观众认为在影院上映的电影质量高于流媒体电影

Fandango这项针对6000多名购票者的研究(于2022年第一季度进行)还发现，93%的受访者计划今年在影院观看各种类型的电影；85%的受访者表示IMAX和杜比等优质影厅的观影体验更愉快。在这项研究中，还询问了电影观众对他们选择看哪部影片影响最大的因素：

95%的人寻找他们最喜欢

的类型片。
93%根据预告片选择电影。
91%的人会征求家人或朋友的建议。
90%的人希望在大屏幕上看到他们最喜欢的明星。
90%选择最喜欢系列影片的最新一集。
88%搜索正面评价和评论。

(如今)

