## 好莱坞大片中国植入史:

## 为了票房,他们拼了!

在11月25日中国市场上映的第一天(含零点场),《火星救援》就斩获了约5700万票房,略高于 《地心引力》《星际穿越》等相似题材好菜坞大片在华的开画成绩。而上映第一周,它便拿下了约3亿 票房,并被预测将以超过8亿的战绩夺得第四季度进口片票房之冠。关于这部被理科生们吹捧为"硬 科幻神作"的好菜坞大片,最带流量的话题其实只有两个:1.电影中的"火星生存术"真的科学吗? 2.片 中对中国的硬植入合适吗? 前者已经在知乎等网站上被讨论得如火如荼,那么就让我们来聊聊后者 -回首好莱坞大片的中国元素植入史,你会发现,为了讨好内地土豪,这些年他们也是拼了啊!

## 《火星救援》猛拍"马屁"? 中国已成"银幕救世主"

在《火星救援》中,最值得中国观众 玩味的是在影片后半段的这个情节:在 听闻NASA在拯救被滞留在火星上的 宇航员马可·沃特尼过程中遇到困难, 中国政府慷慨地贡献出了秘密研发出 的太阳神号飞行器,在拯救马可的过程 中发挥了重大作用,片尾更暗示NASA 后续的火星探索计划中,中国宇航机构 也深度参与,双方达成了某种合作。这 一情节的设置,被不少中国观众吐槽是 电影为了讨好内地市场而硬加进来的 "马屁"。但实事求是地说,在《火星救 援》的小说版原著中,确实有这一段情 节,电影只是如实还原而已。

更夸张的"赞美"则来自于《2012》, 电影中作为人类最终希望的"诺亚方 舟",是在中国西藏山区制造而成,在最 后关头搭载着全世界幸存的人类逃过 一劫迎来新生,而用主角的话来说,就 是:"只有中国才有能力在这么短的时 间内完成这样的任务。"

## 从外景到广告, 360度植入"中国元素"

对好莱坞来说,辽阔而多样的中国 美景也是颇令人神往的,而为了在电影 中植入"中国元素",他们的进一步选择 是到内地取景,并由此将不少旅游胜地 型,构架出了"潘多拉星"的地容地貌。

山",也是醉了……

"中国元素"还集中体现在强行插 入的中国演员——虽然他们绝大多数 只是一闪而过。最有话题性的莫过于 《钢铁侠3》和《X战警之逆转未来》,里 面天外飞仙般莫名出现的范冰冰,让中 国观众也摸不着头脑。而另一个冰冰, 在《生化危机5》,倒是比较重要的配 角。另外,《云图》里的周迅、《环形使 者》里的许晴、《异能》里的李小璐、《碟 中谍5》里的张静初,在片中出现的时 长,往往比她们加盟电影时发出的新闻 诵稿还短。

在中国取景、加入中国演员、铺设 跟中国有关的剧情元素,连中国本土的 硬广都照单全收!《变形金刚4》就是这 一类型大片中的战斗片,片中多次讨论 跟中国有关的细节,长城、鸟巢、盘古大 观一闪而过,擎天柱重庆武隆天坑揍 了机器恐龙,翻过山就到香港闹市继 续开打,全世界也许只有中国观众才 能体验到这地理混乱的酸爽。李冰 冰、韩庚、吕良伟、巫刚、邹市明均有酱 油演出,而植入的中国品牌则在后一个 小时进入大爆发阶段,粗略算下来多达 三十处:蛋白粉、白酒、牛奶、门户网 站、银行……以及令人食欲大发的"周 黑鸭"。《复仇者联盟2》也很拼,伊利谷 粒多和TCL电视的LOGO亮瞎眼,相比 之下,《超凡蜘蛛侠2》里的剑南春简直 不值得一提。

带里自学成才的大导演,对香港电影的 痴迷是人所共知的。但像他这样确实 对东方世界充满好奇心和求知欲的美 国电影人并不占多数,而这些人中还有 不少本质上只是李小龙的粉丝,且并分 不清那些"东方元素"哪些是来自于日 本、哪些是来自中国。

其实,说到底,好莱坞还是看中了 中国内地的广阔市场。据统计,2007年 至 2014年,中国电影票房的年均复合增 长率高达 40%,截至2015年第三季度结 束,中国票房已经突破了300亿,而以目 前的增幅,年底突破400亿(折合63亿 美元)并不是问题。而北美电影市场, 最近的7年中,全年票房始终都在100 亿美元左右徘徊。在过去的一年里,北 美电影票房占全球 28.6%,中国占 13.3%,中国加北美约占全球票房的 42%。另据国内知名的统计机构艺恩 咨询预测,到2017年,中国的电影票房 将达到113亿美元,首次超过美国;到 2020年,中国电影票房可能达240亿美 元,为美国市场的两倍。好莱坞讨好的 目标,自然要换成中国了。

而内地品牌土豪起来也是毫无人 性,据相关的营销人员介绍,像《变4》这 种级别的大片,硬广植入的起步价是 100万美元。这些送上门来的钱,足以 让部分好莱坞大片"赢在起跑线上"。





范冰冰加盟《X战警之逆转未来》



李冰冰加盟《生化危机5》



许晴加盟《环形使者》

