

# 端午假期新片乏力 看电影的人比去年少了

随着端午小长假结束,最终票房报收超7.4亿元,与去年相比呈下降趋势。好莱坞大片《加勒比海盜5》与多部新片之间的比拼也告一段落,而从观众反馈来看,同档几部电影颇具争议,相比“五一档”口碑走低。



《加勒比海盜5》剧照

## 赵丽颖言承旭 合拍新剧 粉丝抵制被经纪人怒怼



本报讯 近日,网上曝出了商业情感大剧《你和我的倾城时光》6月即将开机。这部剧根据丁墨的同名小说改编,讲述了因为家族企业遇到经营困境,厉致诚临危受命,成为一家企业的负责人,并且因此邂逅刚出校门、创业碰壁的都市白领林浅,两人在商战中相识、相知、相爱的故事。

有博主随后爆料,该片将由赵丽颖(如上图)和言承旭主演。消息一出,赵丽颖的粉丝就表示不能接受,觉得言承旭又老又丑又过气。还有粉丝集体换头像撕赵丽颖经纪人及其团队。

事件发生后,赵丽颖的经纪人在端午节疑发文怒怼粉丝:“所谓‘如颖随形’,也无非是相信未来,用大白话来说,就是——别逼逼,跟着就行了。”不过随后,该微博已经被删除。

(胡雨)

### A

#### 端午票房不如去年

截至5月30日晚8点,根据猫眼电影数据,《加勒比海盜5》票房最高,上映5天票房达7.5亿元,排片占比42.4%;上映一个月的《摔跤吧!爸爸》纵然遭遇“海盜”冲击却依然表现坚挺,目前已超10亿元大关,排片量仍高达17%;《异星觉醒》上映12天票房突破1.3亿元,排片占比却跌剩1.1%。

几部国产新片则表现平平。《荡寇风云》上映4天累计票房4611万元;同日上映的《吃吃》报收2234万元;《临时演员》上映3天票房破千万元;《夏天19岁的肖像》4天票房798万元;四部电影的排片量皆已跌至6.3%以下。

值得一提的是,今年端午节假期与六一儿童节“无缝对接”,也让大批动画电影扎堆上映。其中,《哆啦A梦:大雄的南极冰冰凉大冒险》5月30日首日上映票房就已斩获3334万元。其次,针对低幼观众的国产动画电影也表现不俗,《潜艇总动员之时光宝盒》上映3天票房3939万元,《摩尔庄园2》《三只小猪2》也分别获得2506万元、1543万元。

截至5月30日晚8点,今年端午档电影票房超7.4亿元,比去年低了不少。去年,电影《魔兽》的火热带动了整个档期票房,端午档票房达到8亿元,冠军《魔兽》豪取其中6亿元票房。

### B

#### 假期三天票房走势

从端午节三天票房走势看,首日大盘报收2.69亿,《加勒比海盜5》以45.8%的排片比例获得单日票房1.8亿元,位列排行榜第一。其次为《摔跤吧!爸爸》票房4482万元;《荡

寇风云》和《“吃吃”的爱》两部国产新片则比较弱势。

假期第二天,《摔跤吧!爸爸》排片量反超首日,从12.3%上升至16.4%,单日票房也随之上升;《加勒比海盜5》则因为排

片票房略微下降。

第三天《加勒比海盜5》再度反超成为单日票房、排片双榜首;而动画电影《哆啦A梦:大雄的南极冰冰凉大冒险》十分强势,票房位列第三。

### C

#### 网友吐槽:《加勒比海盜5》都是“套路”?

在口碑方面,几部新片存在较大争议,在网络上的评分也不高。

时隔六年,好莱坞经典续集《加勒比海盜5》再度来袭,成为端午节体量最大的影片。片中,杰克船长再次掌舵黑珍珠号,与仇家“骷髅船长”怒海争锋。

观众对于本集的反应还是呈现两极。喜欢该片的观众在片找到了共鸣,而且特效画面也十分精彩。尤其是黑珍珠号与幽灵船的大对决:“光看这场戏都已值回票价。”此外,一些颇具想象力的片段依然受热捧,比如杰克船长上断头台的设计就别具匠心,成为全片

最大的笑点和亮点。

不喜欢的观众则认为,这一集内容无趣,强行贩卖情怀的意图十分明显,生硬地将永恒经典的悲剧结局扭扭为大团圆也被网友吐槽。而不断重复的海上冒险及消费约翰尼·德普,也让不少观众产生审美疲劳:“看的全是套路。”

### D

#### 新片口碑争议颇大

《“吃吃”的爱》是蔡康永首部导演处女作,也是他与小S在《康熙来了》停播后的再度合体。目前网络评分6.2分。片中,小S与自己的“宿敌”林志玲化身明星姐妹,演绎娱乐圈的台前幕后。小S在本片中沦为摸爬滚打的18线演员,为影片带来不少笑点。除了两大女主角之外,一众经常在《康熙来了》里出现的嘉宾也在电影中客串,为影片赚得不少“情怀分”。但不少观众认为,影片综艺感太强:“看起来更像是一部综艺大电影。强行拼凑的段子和演员做作的表演令人不适。”

作为5月唯一一部古装片,《荡寇风云》主要讲述明代抗倭名将戚继光临危受命,和俞大猷招募三千好儿郎,组成威家

军横扫倭寇的故事。导演陈嘉上为了本片筹备十年,对于影片,不少观众给予正面肯定,除此之外,片中大幅还原的岑港之战、台州之战两场著名战役也很过瘾:“特别是冷兵器的肉搏战,拍出了刀刀穿透肉体的痛感。”

然而影片也有缺憾,例如文戏与精彩的武戏相比起来显得无趣;与此同时,影片分三条线同时并行,想讲的东西太多,反而让剧本显得凌乱,同样是本片的一大遗憾。

《夏天19岁的肖像》是这一档期唯一一部悬疑片,尽管拥有时下最热的悬疑题材,又是人气偶像黄子韬担任主演,但影片最终表现差强人意,网络评分只有5.2分。而热依扎和

郑恺主演的爱情喜剧《临时演员》被不少网友吐槽,网络评分低至3.1分。

动画片方面,《哆啦A梦:大雄的南极冰冰凉大冒险》大打“情怀牌”,童年的回忆,成为不少观众走进影院的理由。但情怀并不能让所有观众为影片买单,有自称哆啦A梦二十年粉丝的观众就直言不讳,看完电影很失望:“低龄化太严重,剧情开始和结束都显得莫名其妙。”

国产的几部动画电影则主打低幼路线,导致不少观影现场出现“小孩开心,大人煎熬”的场面。不少家长表示,国产动画电影大多故事简单,画面简单:“孩子们看得挺开心,但我反正是睡着了。” (黄岸)

## 《欢乐颂2》 单条广告 最低450万元? 知情人:差不多

本报讯 《欢乐颂2》正在热播,该剧各种数据亮眼。同样被关注的还有贯穿两季《欢乐颂》的“花式广告植入”,据说,《欢乐颂2》仅靠广告收入已经回本,还有传闻表示该剧的广告植入单条是450万元起。记者在采访品牌植入某知情人(下文代称L先生)后,探寻到一些《欢乐颂2》广告植入的故事。

第一季时,网友已经被《欢乐颂》的花式广告植入所折服,送给了它八个字“行云流水,理直气壮”。等到第二季时,《欢乐颂2》有过之无不及,据某媒体计算,目前约51家品牌植入,如果真如传闻所说,单条广告最低450万元起,那《欢乐颂2》仅广告收入就有2亿多元!

记者就单条广告最低450万元起这一问题询问L先生(他家客户这次也植入了),对方表示“差不多,有的到千万了,预计《欢乐颂2》商务收入1亿元以上。”这属于怎样一个体量呢?L先生说:“这相当于破了纪录了,其中包括品牌数量和单价都破纪录。”

(搜娱)