

《悟空传》上映票房高争议大

## 孙猴子年年见,你还想看吗?

近日,根据网络小说《悟空传》改编的同名电影正在热映,影片票房收入已突破4亿元,成为暑期档到目前为止表现最好的国产片。虽然票房表现不错,但《悟空传》的口碑争议却十分明显,观众意见两极化。其实,如今源于《西游记》的各种改编作品出现在银幕上对观众来说已不是新鲜事,年年都能看到的孙猴子还能激起观众多大的热情?观众对这个“超级IP”还能保持旺盛的观影欲望吗?

娱乐评弹

刘诗诗,别再“批发角色”



《悟空传》海报



这两天微博上有一个话题,叫“刘诗诗,一个救了男人就被以身相许的奇女子”。说的是刘诗诗出道至今演的不少电视剧,都有“美女救英雄”的情节,并且被救的人一定会对刘诗诗情根深种誓死相随。比如《女医明妃传》里谭允贤分别救下了皇子朱祁钰和蒙古瓦剌部首领也先;《风中奇缘》里,“狼女”莘月在大漠中救下了大将军卫无忌;《辛十四娘》里救下被狐妖姊妹所害的冯生,也结下良缘;到了最近播出的《醉玲珑》,刘诗诗演的凤卿尘救下陈伟霆饰演的凌王,并悉心为其疗伤——果不其然,凌王也倾心相许了。

即便是为了给新剧《醉玲珑》造势,这样的话题,一时戏谑背后却是多年的无趣——可见刘诗诗数十年如一日地“批发角色”。

从形象和“人设”来说,刘诗诗一直“人淡如菊”,出道多年未听说她有什么负面新闻。而相比同期的某些小花“拼命三郎”的姿态,刘诗诗的确是没有什么事业心,显然不是那种为了保持曝光度而不择剧本、不断接戏的类型。

刘诗诗演的多是同质化的仙侠玄幻或者古装大女主,她不需要成长,只要用过去那双清澈、毫无心机的眼睛,敏捷的身手,楚楚可怜的哭泣,自然会有观众买单。

刘诗诗圈里圈外的口碑一直不错,也没有听过她片场耍大牌、不敬业之类的传闻,但“不错”的同义词,或许是寡淡和平庸。

《醉玲珑》里,那位“狡黠聪慧”的巫女凤卿尘,依然用“刘诗诗式”没有变化的表情系统来演绎——救下凌王,好奇?疑惑?看不出来,只有“我知道你会爱上我”的胸有成竹;师父被暗巫所伤,气息奄奄,刘诗诗虽然抽动着面部肌肉,但丝毫感觉不出她有即将失去尊长的惊惧和悲伤。

许多观众嘲笑景甜和刘亦菲,资源逆天却始终没有一个让观众认可其演技的角色,其实刘诗诗又何尝不是同类演员呢?一路走来顺风顺水,眼睛里没有太多世故,甚至依然闪着纯真。或许正因如此,她们所塑造的角色,才少了丰富的人生味道。

我也喜欢娱乐圈的“清流”,像刘诗诗这样。但却始终无法认可她千篇一律的角色和演绎模式。或许,这也是观众对“演员”和“明星”难以权衡孰轻孰重的悖论吧——喜欢她作为演艺圈“明星”的本色,而喜欢“演员”,才是对其专业水准的认同。能够二者兼得的从业者,还真是少之又少。(枕书)

## 1 特效酷炫? 毁了原著? 《悟空传》口碑两极

《悟空传》由同名网络小说改编,原著作者今何在参与编剧,演员阵容则让该影片被冠以“颜值最高西游故事”的名号,“孙悟空”彭于晏、“紫霞仙子”倪妮、“杨戬”余文乐、“天蓬元帅”欧豪、“嫦娥”郑爽,都吸引大批粉丝追捧。

面对多部同期电影的激烈竞争,《悟空传》上映后表现强势,首日票房便突破亿元,周六、周日两天又有1.8亿进账,成为新的内地周票房榜冠军。

但在票房高歌猛进的同时,《悟空传》口碑却两极化明显。有观众被影片感动,“影片所展示的不屈服命运、不认输的态度,深深震撼了我,也让即将而立之年的我如梦初醒。”演员陈坤在微博上大赞倪妮的表演,“看《悟空传》,被倪妮的表演惊艳到。倪妮身上有一股劲儿,糅合娇媚与果敢的英气,极为少见。”也

有不少观众大赞影片特效酷炫,“影片的特效和打斗确实没话说,一个‘燃’字贯穿影片始终。”

此外,也有观众认为故事情节跟《西游记》没有什么关系,跟小说《悟空传》也没有什么关系。“影片拍的不是《西游记》的故事,甚至也不是小说《悟空传》的故事,就是一个年轻人组团打怪的商业类型片。如果没看过原著,可能比书迷更容易进入这部电影。”“本来也知道不会全按小说拍,只是借鉴人设,但还是没想到剧情能这么一言难尽。”“此悟空非彼悟空。看彭于晏和倪妮演对手戏,总跑神儿到他俩的《匆匆那年》去,这部电影看热闹可以,看故事不灵。”还有观众觉得影片“剪辑有点乱,故事有硬伤。片中孙悟空从头到尾一直扯着嗓子喊‘不服’,然而因何不服、他的痛苦迷惘纠结,都没有展现”。

## 2 原著作者:有变化才有生命力

对于影片被书迷吐槽的“毁原著”问题,《悟空传》编剧、原著作者今何在通过微博感慨“原样拍一遍骂的可能更多”。

据悉,电影《悟空传》可以视为小说的前传,故事发生在大闹天宫之前,未成为“齐天大圣”的孙悟空不服天命,向天地发起抗争。虽然这种重新创作引来一些原著粉的微词,但今何在却赞同这种改编:“我也不希望电影就是全盘翻拍小说。每个人都可以把自己对西游的想法放进来,有变化才有生命力。”

对于书迷吐槽的情节改编,今何在解释:“我写《悟空传》的时候,不在乎书能不能卖出去,不在乎别人怎么看,那个时候是任性的,但是现在做一部电

影,不是你自己投钱,你不能想拍成什么样就拍成什么样。现在这个样子是老少咸宜的。”今何在承认,从2000年初创作“天蓬”与“阿月”、“悟空”与“紫霞”等故事,到今天影片上映,已经过去了17年,受众群体发生了很大变化,但是西游主题创作本身“励志”“成长”等元素始终没有变。

《悟空传》导演郭子健则回应称,“从第一天就知道书迷会骂”,“但我们为什么要重复17年之前的东西?我从来没有违背过《悟空传》的精神,只是情节不一样。”他认为,小说《悟空传》之所以会受到如此多人的喜爱,是因为每个人看到《悟空传》的时候都能看到自己的青春。

## 3 “孙猴子”常带来可观的流量和收益

作为一个“超级IP”,《西游记》的故事被改了N次,这些年以“西游IP”为主体、以孙悟空为主角的影视剧,缔造了不少票房奇观,贡献不少行业话题。因此,也有说法是,《西游记》已成为国产电影第一IP。

除了正在上映的《悟空传》外,还有多个版本的“西游故事”在路上:以“女儿国”故事为蓝本的作品就有电影《西游记·女儿国》《西游记之女儿国奇孕记》《春光灿烂猪八戒之情迷女儿国》和网剧《女儿国》等。

为什么孙猴子会“年年见”?首先,对观众来说,这个故事十分熟悉,而且承载了大量的情怀,把“西游”故事搬上银幕,基本能达到“老少咸宜”、最大限度吸引观众走进影院的目的。

此外,对资本来说,“孙猴子”常常带来可观的流量和收益。自从2013年《西游降魔篇》狂揽12.48亿元票房之后,“西游IP”俨然成了票房保证:《西游伏妖篇》收16.56亿元,《西游记之三打白骨精》总票房12.01亿元,《西游记之大闹天宫》总票房10.46亿元,《西游记之大圣归来》总票房9.54亿元,此外还有《大话西游3》《大闹天竺》等天马行空的改编之作……在这样的市场环境,改编“西游”、派出猴子来“吸金”,俨然成了资本最保险、最容易达到收益最大化的捷径。(莫斯其格)