

《二十二》的奇迹比《战狼2》还猛!

累计票房过亿,导演捐赠个人收益



2017年八月十四日
十二
深情凝视

8月19日,上映了6天的纪录片电影《二十二》票房破亿,成为国内最卖座的纪录片,目前,它仍在以约10%的排片和20%的上座率活跃于市场,截至昨日发稿,该片的累计票房已经超过1.24亿,有业内人士估计它的最终票房有望突破2亿。

从最初靠明星友情资助才得以顺利开拍,再到上映后张歆艺、冯小刚、吴京、舒淇等明星自发的接力推荐和网友的“自来水”安利……《二十二》就是如此完美逆袭。回看这一路的柳暗花明和绝处逢生,谁说这不是如坐过山车般跌宕刺激?面对出乎意料的好成绩,导演郭柯在数日前的答谢会上坦言“措手不及”,但无论如何,初心不能忘,关于之前承诺的将票房收益捐出,郭柯承诺“再高的票房,我也会捐”,而且会“公开透明化”。

《二十二》拍摄现场▶



郭柯拍摄《二十二》的初衷,是为了让更多人关注

绝处逢生

A 明星助力、全民关注促成票房过亿

诚然,《二十二》的成功,离不开明星们的鼎力支持,毕竟如果没有他们的发声,单靠片方80万元的宣发费用,普通观众根本无从知晓这部影片。但帮助《二十二》走得更远的关键,还是影片对题材本身的坚持——从“慰安妇”回归到“人”本身,还有一种自发的“群众力量”,就像有网友说“为《二十二》的破亿开心,仿佛自己也跟着战斗了一样。”——是的,《二十二》就是靠着一个个普通观众“撑”起来的,这股燎原的星星之火,有明星、有媒体,更关键的还是每一个普通的观众。

《二十二》逆袭的引爆点,无疑是冯小刚导演在微博上发出该片资助人张歆艺写给他的一封信,呼吁大家一起关注这部题材特殊的纪录片。有专业的数据平台统

计,冯小刚的这条微博在传播中形成了15个层次的转发,密密麻麻地覆盖了超过8亿人次,而这其中第一层级转发者(主要以张歆艺、尚雯婕等明星为主)共转发44530次,接着是涵盖了明星、段子手大V、媒体官微和粉丝后援会的第二层转发者……最大化地从明星普及到普通用户。

但《二十二》不仅有明星光环,它的成功有着更多因素的协同助力,最终形成了上座率高—排片提高—票房走高的良性循环。我们可以来对比一下,院线的纪录片早就有过类似的尝试,比如《我们诞生在中国》就有周迅配音、全明星阵容加持的噱头;而《我在故宫修文物》则代表着“草根”力量,该片在B站的大爆发,尽管促成了大电影,却不足以转化成影院的上座率和

票房。《二十二》多了些什么?

最关键的还是影片本身有能牵动绝大部分观众的全民性题材——“慰安妇”。尽管片方已经刻意减少对这个话题的渲染,但无论如何,我们都很难对这样的题材冷漠地转过头去。影片也经历了一段非常“正能量”的发酵,观众对影片也在循序渐进地深入了解。这也是为何在明星效应减弱后,“自来水”还是源源不断,汇聚成河。

郭柯表示,接下来,《二十二》不会联系诸如视频平台等新媒体,“就是专心做好眼下的事情。”而下一部电影,他则表示不会再拍纪录片了,因为“市场环境的确不太现实”,但他还会继续把那些值得被关注的小众群体的故事,拍成故事片给大家看。

收益捐赠

B “再高的票房,我也会捐”

这群消逝中的、被遗忘的群体。另外,他也希望观众在看完片中记录的普通日常后,能够剔除掉对这个群体固有的偏见,撕掉那些苦大仇深的标签。《二十二》上映前,郭柯曾承诺将自己的票房收益全部捐献给上海师范大学中国“慰安妇”问题研究中心,用于“慰安妇”的历史研究及资助幸存者。如今该片的票房超过一亿,这笔捐款将如何落实也成为大家关注的焦点。

“在钱面前我是经不起考验的,所以我早就把话放出来了,再高的票房,我也会捐。所以我们接下来会做一些准备,现在要交

到一个非常合理公开的地方,也许还要找监管的机构,让这笔钱更加合理化、透明化……”郭柯恳求公众给予他思考处理的时间和空间,“这对我是一个新的领域,我还要去摸索,我会尽快给大家交代,这笔钱放在哪、怎么花,一定会公开透明合理地帮助老人。不是一股脑地给老人,那肯定会给她们带来负担的。”郭柯和南都确认,刨除掉影片的成本,他个人所得的收益将会全部捐出,现在上海师范大学的中国“慰安妇”问题研究专家苏智良正在帮忙联系相关的监管专家和机构。

真实的力量

C 小众的纪录片市场在渐渐打开

虽然《二十二》因题材独特,具有不可复制性,但该片破亿,也在一定程度上反映了近年来院线纪录片的成长,这当中是循序渐进、有迹可循的。从“开山之作”《舌尖上的中国》,到《喜马拉雅天梯》《我在故宫修文物》《我们诞生在中国》……纪录片的市场虽然小众,但似乎也一步步地迈向了春天。

从内容上来说,纪录片“更接地气”了,从过去的那些个宏大历史题材或是带有明显宣传色彩的刻板片子,受众小众、精英,转向了衣食住行、文娱旅游这样的大众文化题材,渠道也从电视扩大到了诸如B站这样的年轻人占大多数的新媒体平台,

当然还有院线的大银幕。

2011年在国内上映的法国纪录电影《海洋》,2700万元的票房多年未被打破。这一年,中国的电影市场其实颇热,130亿元收入囊中,但纪录片最高也未过3000万元。国产的纪录片《归途列车》的成绩不好,不足4万元。如此看来,2015年上映的两部国产纪录片——《旋风九日》和《喜马拉雅天梯》,前者票房达到16898万元,后者达到1156万元,的确称得上是个好开端,相当振奋人心!接着我们就陆续看到《我在故宫修文物》《我们诞生在中国》……包括和《二十二》同期的另一部纪录片《地球神奇的一天》,该片其实也不声不响地

拿下了超过3000万元的票房。

有业内人士将纪录片的蹿红归因为“观众需要满足好奇心和求知欲,他们看腻了假的、编造的故事之后,纪录片的真实会成为他渴望的东西”。

此话恐怕不假,当看腻了满屏的故事逻辑bug和面瘫假人后,“真实”的故事或者仅仅就是画面,都更具有动人的力量。何况很多时候,纪录片的主创人员因为没有那么多的资本绑架,他们的创作初心也更真诚。另外,对比文艺片的晦涩难懂,纪录片又更平易近人、接地气,受追捧也就不足为奇了。

(刘平安)