



今年元旦档票房又获新高,《一闪一闪亮星星》《年会不能停》等电影取得了优异的成绩,备受关注的续作《非诚勿扰3》却惨遭票房滑铁卢。这部由冯小刚编剧并执导,葛优、舒淇主演的科幻爱情喜剧电影,不仅票房低于同期其他电影,甚至没能超过十几年前《非诚勿扰》系列的第一部与第二部。作为曾经创造内陆贺岁片奇迹的IP,《非诚勿扰》系列1和2的表现可圈可点,然而十多年后,《非诚勿扰3》并未给观众带来更多的惊喜,其惨淡的票房引发疑问:难道系列电影的终点只能是遗憾?

影视剧续作,只能是遗憾?

□ 田可 潘雪铭

“翻车”的冯氏喜剧

“冯氏喜剧”在斩获票房的同时向来伴随争议,而此次《非诚勿扰3》在票房口碑上的双失利,似乎证实了这个曾经火爆全国成为一代人记忆的系列最终沦为了明日黄花。是导演和演员不努力吗?不。相反,观众能够看到电影为迎合时代而作出的改变,比如较为完整的故事、整体明艳的多巴胺配色、流量明星的加入……为何观众却没有想象中那么买账呢?

当然不是。整部电影讲述的是笑笑与秦奋两人婚后长期分居,秦奋的好友为缓解他对妻子的思念,送给他一个与笑笑面貌别无二致的仿生智能笑笑来陪伴他,笑笑回家,秦奋陷入选择真假笑笑的两难之地,结局也成为悬念。影片建立在前两部剧情的基础上,故事的冲突和喜剧效果集中在“真假笑笑”的身份演绎上,但整体并未出现令人惊喜的新鲜事物和反转桥段。

随着时代的进步和观念的变迁,爱情观已不同往日,纯粹的“爱情电影”和旧式的爱情故事已经无法戳中观众的需求“痛点”,电影中表现的“两女争一男”的情景冲突更会被打上“雌竞”的标签,影片中塑造的秦奋的恋爱观看起来更像从男性视角对爱情和伴侣无聊又荒诞的幻想。

“人工智能”和未来科技算是当下热门,同样的设定在《机器人趣话》中冯小刚已经使用过,显然相较二十多年前给观众带来的震撼,如今再上桌有旧活重整的意味,而原作中较受欢迎的贫嘴抖机灵的老直男形象也已经与如今的社会审美脱节。

冯小刚仍然是冯小刚,冯氏喜剧没有变味,甚至所有人都肯定他的真诚与努力,但处处透露着“不合时宜”,老式的爱情观、新意不足的设定和剧情、理想但虚幻的表达方式、错位的情感共鸣……正如影片中两位主角依依不舍地与观众告别,冯小刚制霸贺岁档的喜剧时代已经过去,《非诚勿扰》系列曾经的辉煌在悄无声息中落下了帷幕。



系列作品之怪象

“续作不如原作”并非只有《非诚勿扰3》,2015年上映的电影《唐人街探案》评分7.7,《唐人街探案2》评分6.6,2021年上映的《唐人街探案3》评分却只有5.6,且口碑相较前两部急剧下降。“续集魔咒”也没有仅限于大银幕,2016年广受好评的电视剧《欢乐颂》第一部评分7.5,后续作品质量堪忧,评分分别为5.4、4.8、5.6。类似的情况并不只在内陆地区出现,知名如好莱坞,也有《007》《速度与激情》等IP电影翻车。

续集翻车,不外乎因为以下两个方面——

首先是原作赋予的光环和压力过大。爆款原作对续集来说,是优势也是束缚,一方面,续集能够在原作的剧本故事和主题内核上进行创作,且保有原作积累的口碑和受众基础;另一方面,原作的出色导致观众对续集的期待更高,剧本、选角、演技、主题等各个环节的改编难度和力度掌控压力也就越大。《欢乐颂3》在原有的两部基础上继续以都市女性群像为创作题材,但剧中较为套路化、程序化的情节并不能带给观众更新鲜的刺激,其人与剧本更是愈加造作和悬浮,因此质量和口碑迅速下滑。《还珠格格》《西游记》《家有儿女》等较为经典的电视剧,因其续集演员角色的大换水也导致了观看时的“断层感”和“出戏”。剧本起点高、质量难以保证、原班人马难以凑齐、观众审美不断变化等一系列因素,都是影视剧续作所面临的难题。

“为了续集而续集”的想法与日俱增,也是影视作品续集难拍,但总有人争先恐后要拍的原因之一。很多电影和电视剧打着“重温”“青春”“无憾”的名义来蹭热度、消费情怀,将热门IP拍了又拍,到头来不过是狗尾续貂和观众一次次的失望。如《爱情公寓》电影版上映后首日爆满,但后续无论是上座率还是评价都持续走低,主创队伍在创作灵感缺乏、一味消费甚至是



剥削情怀的道路上越走越远。太多续集都掉入市场的漩涡中,原作火了,就趁热打铁为续作造势,为一时的利益用声势浩大的营销吊足观众胃口,不断赚取流量和热度。观众求一个结局,投资方赚取了票房,而影视剧的质量与口碑似乎便变得不再那么重要。

本版内容摘自新华网

好作品不该有续作?

《复仇者联盟》系列为观众打造了一个充满幻想的“漫威宇宙”,电影对每个人物的设计都立体而饱满,故事情节层层推进,观影者能够从影片中的细节推敲出与其他作品关联的蛛丝马迹,它不只是“超级英雄”、爆米花电影,而且真正做到了情怀和商业价值的双赢。纵观成功的系列影视剧,我们不难看出上乘续作绕不开的几个因素:扎实考究的剧本、新鲜的故事与冲突、严密而近乎完美的逻辑,它们既能够保留原有IP的特色,又能够与时俱进地赋予作品独特的风味,将品牌价值发挥到最大。

续集之风由来已久,并且在今后的影视市场中仍会存在,系列作品也正在题材、形式等各方面作出积极尝试,在续集数量猛增、情怀消费暴涨、创作浮躁难出精品的今天,如何将系列作品的质量“续”下去、生命力“续”下去,是我们更应该关注的问题。只有精心打磨剧本、扎实钻研演技,以“真心换取真心”,才能打破续作“不过三四”的魔咒,真正打造出具有核心价值和长久生命力的“大IP”。