

新闻分析



# 星战再折戟 超级IP失灵



12月20日与北美同步上映的《天行者崛起》，上映四天票房未能破亿，星球大战系列又一次在中国折戟。

## 在中国市场表现惨淡

12月20日与北美同步上映的《星球大战9：天行者崛起》，上映四天票房未能破亿，10.4%的排片率位列同档期第五。对于一部预算在2.5亿至3亿美元的商业巨制而言，它在全球第二大电影市场的表现着实惨淡。

1999年，中国观众首次在大银幕上观看星球大战，是前传三部曲中的第一部《幽灵的威胁》。迄今为止，在中国公映的八部星球大战系列影片中，票房最高的是后传三部曲第一部《原力觉醒》，票房8.1亿元；其次是姜文、甄子丹参演的《侠盗一号》，票房4.7亿元，这两部的成绩与那些动辄十亿元起步的特效大片票房相比也不甚理想。

到了第九部，后传三部曲终章《天行者崛起》，星球大战系列在中国的颓势尽显，预计总票房落点将在1.5亿元。截至目前，《天行者崛起》全球票房累计3.74亿美元。

在北美地区，星球大战系列影片上映前夜，影院都会出现影迷身着战袍大排长龙的现象。2012年迪士尼收购卢卡斯影业后重启的后传三部曲（于2015年、2017年、2019年的12月上映），分别占据北美12月开票票房前三。

## 改写影史的超级IP

1977年，乔治·卢卡斯执导的《星球大战》的诞生，几乎改写了美国流行文化史的走向。

对《星球大战》这种投资高昂、风险巨大的电影类型，好莱坞制片厂慎之又慎。在为星球大

战寻找投资的时候，卢卡斯屡屡碰壁，最后，20世纪福斯押注成功，改写了影史。

影片集中反映了当时的社会思潮，令人震撼的特效场景、气势磅礴的配乐，使得《星球大战》公映后获得商业与艺术的双重肯定，先是刷新北美影视史票房纪录，而后捧回七座奥斯卡小金人。此后的40年，《星球大战》作为太空科幻影片的鼻祖，成为美国流行文化的重要组成部分，将科幻这一小众亚文化类型推向主流世界，也影响了无数商业大片的创作方向。

《星球大战》实现了电影与商业联动，将粉丝群体纳入创作主体。在它发展至今的40年中，出版物、动画、电视剧到电子游戏，来自官方以及粉丝创作帮助这个IP添砖加瓦，变成一个不断完善和丰富的庞大宇宙，这个虚拟宇宙中的一切细节都可追根溯源，找到它在《星球大战》史中的坐标。身处其中，在由无数细

节构成的网络中徜徉，是粉丝的无尽乐趣所在。

同为迪士尼旗下超级IP，漫威系列在中国电影市场开疆拓土，《星球大战》却接连败退。实际上，中国也有一批星球大战的爱好者。在《星球大战》中文网，忠粉们以钻研科学的精神，实时分享着对《星球大战》文创产品细枝末节的研究。

## 迪士尼收编后转向平庸

2012年，迪士尼以40.5亿美元价格收购卢卡斯影业，将《星球大战》发行权纳入囊中。迪士尼很快宣布重启《星球大战》后传三部曲。在后传三部曲第一部《原力觉醒》中，加入了一个机灵可爱的机器人BB-8。

过去，星球大战的主要观众人群是男性观众，迪士尼希望能

够进一步拓展观影人群，而不仅仅为粉丝服务。BB-8这一创意很快受到市场欢迎，衍生品成为网红产品。在以萌宠吸引更广泛观众的同时，由此带来的负面效应是创作无法兼顾深度，顾此失彼，丧失了《星球大战》最初的关于人性的辩证思考。

在全球娱乐产业转向快速消费，思辨和深度成为阻碍人们走进电影院的绊脚石，《星球大战》最宝贵的精神内核与消费者需求产生冲突。那些简单直接的超级英雄故事，显然更容易理解和接受。

为《星球大战》制造视觉奇观的工业光魔，也是卢卡斯一手创办的特效公司，此后多年一直为好莱坞大片提供后期支持。40年前，横空出世的视觉奇观给世界以感官震荡，但今天，这样的特效呈现淹没在无数特效大片中而变得稀松平常。如果只是将《星球大战》作为特效片来看，那么它在这方面的地位已经不如诞生之初那样独树一帜，刺激程度可能还不如《速度与激情》或者《变形金刚》系列。

后传三部曲口碑到最终章《天行者崛起》已经跌至谷底，烂番茄新鲜度仅57%。多数观众表示这一集令人沮丧，缺乏想象力，剧情进展缺乏逻辑。这个曾经充满哲学思辨的作品，从视效到故事变得泯然众人，与市面上的诸多超级英雄电影桥段雷同，令观众感到乏味困倦。

即便如此，《星球大战》的传奇还未到终结之时。11月，衍生剧《曼达洛人》一经推出便成为社交网络的热门话题，剧集主角尤达宝宝很可能成为下一个风靡全球的《星球大战》衍生品。

这个绵延42年的传奇IP，还有许多等待破解的谜题，将继续由粉丝和观众发明创造，延伸出未知而恢弘的世界。（怡婷）

## 新书推荐

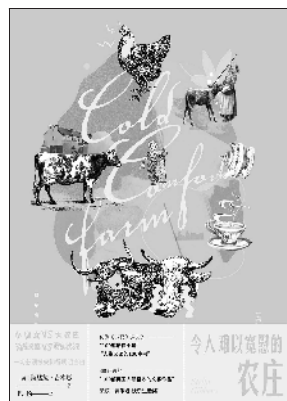


## 《古色之美》

作者：青简  
出版社：湖南人民出版社

《古色之美》选取中国传统五正色和三间色：青红黄白黑紫绿褐，详析八大色系七十一一种传统颜色（胭脂、藤黄、月白、藕荷……）的源流与现状。

书中的每个色系分三篇论述：言色、物色、行色，从字源、国宝器物和作者旅行途中捕捉的景色三个角度，分享古色之美。书中分析了色彩的文化隐喻，解读古人的文化生活、审美情趣，以期让读者读懂色彩背后的中国文化。此外，该书还通过两百张绝美摄影，精选纸张、四色印刷，完美呈现中国传统色彩与文化之美。



## 《令人难以宽慰的农庄》

作者：[英] 斯黛拉·吉本思  
出版社：新星出版社

受过良好教育的芙洛拉·波特斯特见多识广，品位高雅。失去双亲后，19岁的她决定投奔素未谋面的乡下亲戚。在这个名为“令人难以宽慰的农庄”的地方，她见到了与众不同的斯塔卡德一家：心怀愧疚的茱蒂丝、热爱传教的阿莫斯、绝望的鲁本、好色的塞思、精灵般的埃尔芬、疯狂的艾达·杜姆……面对复杂的人际关系和混乱如麻的状况，芙洛拉决定运用自己特殊的“组织能力”，接管每个人的命运，由此发生了一连串令人捧腹的故事……

《令人难以宽慰的农庄》被评为“20世纪最有趣且受人喜爱的作品之一”。简·奥斯汀、勃朗特三姐妹、托马斯·哈代、D.H.劳伦斯……故事独立进展之余，本书尽兴戏仿相关名家著作，发挥英式幽默于极致，有如狂欢派对，令人忍俊不禁、掩卷莞尔。

于或 整理

## 文娱资讯

## 动画电影《武圣关公》点映口碑获赞

本报讯 日前，第三届国际动画艺术展于北京顺利闭幕，由蔡志忠担任总导演的三国题材动画电影《武圣关公》受邀亮相。

在闭幕式的VCR中，蔡志忠导演说道，“过去我画了很多庄子、老子、孔子、孟子和西游记、封神榜、水浒传、三国志漫画。而最近我拍了《武圣关公》动画电影，我可以确定地说，这与我几十年间所做的，是同样一件事情”。

《武圣关公》是蔡志忠历时

五年时间打造之作，影片中的三国人物形象在长相特色上非常考究，由专业团队精心设计的分镜头也展现了独特感染力，场景环境、武打场面表现了浓郁的中国古典特色。此外，该部电影配乐由林海创作。

本次国际动画艺术展中特别设立的《武圣关公》亲子场超前点映，30余位小朋友和家长共同抢鲜观看了影片。

映后的交流过程中，孩子们纷纷对片中关羽威风凛凛的英雄

形象表现出了强烈的兴趣和好奇。而家长们着重肯定了影片的教育意义，“能够在银幕上看到鲜活的关羽，让孩子们感受到中国英雄的品质，是很难得的，这部片子令我们做家长的很满意。”也有家长对于片中历史知识的呈现给予了很大程度的肯定，“影片里的三典故真的很还原，观看的过程中我们也跟着孩子一起重温和学习了很多历史知识”。

据悉，《武圣关公》定档2020年1月11日。（中新）

## 百老汇音乐剧《来自远方》将来华巡演

新华社电 百老汇音乐剧《来自远方》将于明年4月至6月来华巡演。该剧改编自发生在加拿大纽芬兰甘德小镇上的真实历史事件，通过滞留旅客与小镇居民之间由冲突化为友谊的故事，传递人性的温暖和善良。

2001年“9·11”事件后，38架承载着近7000名旅客和机组人员的飞机，紧急迫降在了甘德国际机场，而甘德小镇当时的居民还不足10000人。这些“来自远

方”的陌生旅客在甘德及周边小镇暂住了5天，不同文化的冲突不断涌现，紧张的情绪不断高涨，往日里平静的小镇一时间剑拔弩张。但最终，所有的不安化为了把酒言欢的信任，所有的感激成长为历久弥坚的友谊。

10年后，剧本兼词曲创作者艾琳·桑科夫和大卫·海因花了一个月时间在甘德小镇采风，走访了大量当年事件的亲历者，采集了近1.6万个真实故事，创作了

音乐剧《来自远方》。剧中，12名演员塑造了90个性格各异的人物形象。该剧曾获包括托尼奖“音乐剧最佳导演奖”在内的4项大奖。

本次巡演出品方聚橙音乐剧总经理俞心悅表示，对于“9·11”事件，多年来人们多聚焦于其带来的伤痛，但音乐剧《来自远方》虽与伤痛有关，但展现出的善意、乐观与力量，却可以紧紧拥抱那些伤痛中的人们。

## 职工文化

## 吉永达集团工会举办演讲比赛

### 邀职工共话“我与企业共成长”

本报讯（记者 王路曼）日前，由吉永达控股集团工会举办的“我与企业共成长”主题演讲比赛决赛，正式开讲。来自该公司的15名职工依次登场，声情并茂地向大家讲述着关于职场与梦想、成长与奋进的动人故事。

据介绍，举办此次“我与企业共成长”演讲比赛旨在弘扬爱岗敬业、无私奉献的职业情操，发扬并宣传企业文化的同时，丰富员工业余文化生活。比赛分为“线上投票赛场”和“线下演讲赛场”，自12月11日起开赛以来，共有53名职工参与了线下演讲赛场，70名职工参加了线上投票赛场，经过激烈角逐和线上投票，共有16名演讲者入围决赛。

决赛赛场上，演讲者们将个人在企业“大家庭”中感受的成长、温暖与爱娓娓道来。

活动主办方负责人表示，未来，他们将依托企业工会组织，开展形式多样的职工文体活动，在进一步丰富职工业余文化生活的同时，展现企业文化，凝聚职工力量。