



《年会不能停!》海报。图据片方

影片道出打工人心声

元旦档几部新片中,《年会不能停!》豆瓣评分8.1分,是该档期口碑最好的电影。在豆瓣关于该影片的热门评论中,有影迷写道:“超乎预期的喜剧片年度黑马,董润年打通了职场底层逻辑,在嬉笑怒骂之中完成了类型片的精准把控……”

这部影片的最大亮点,在于用喜剧手法拍出了职场的痛点。职场喜剧很少见,因为难度过大。人人对上班都有切肤之感,一旦拍得太悬浮,就难以让人共情,更何况还得在真实的情况下做到好笑。影片主创几乎都是喜剧好手:导演兼编剧董润年参与过《心花路放》《疯狂的外星人》的编剧工作,主演大鹏近几年创作的喜剧片相当叫座,其他主演白客、孔连顺、王皓、宋木子等则是受到年轻观众喜爱的喜剧演员、脱口秀演员。这么多擅长喜剧的主创一起发力,保证了《年会不能停!》的好笑度。

该片中,大鹏饰演的钳工胡建林在集团裁员之际阴差阳错被调入总部,白客饰演的人事经理马杰被裹挟在“错调”事件中,为保饭碗被迫为其隐瞒四处周旋。从“工厂”到“大厂”,从“蓝领”变“金领”,胡建林因与大厂格格不入而笑料百出,也像一面“职场照妖镜”照出

1月1日,跨年爆笑喜剧电影《年会不能停!》“笑到上头”全国路演最后一站来到成都,编剧兼导演董润年、编剧兼制片人应萝佳,演员大鹏、白客、庄达菲、王迅、李乃文、孙艺洲亮相,与成都观众欢乐互动。谈及电影高潮部分的那段说唱表演,大鹏坦言:“导演把词写得非常解恨,我相信也唱到很多人的心里”。现场还有说唱歌手和白客互相炫技,白客为影迷录制舒缓压力尽快入睡的晚安录音,将花式“整活”进行到底。

《年会不能停!》被称赞为“年度惊喜硬核喜剧”“让人笑到不能停的打工人嘴替”,观影过程中,观众的爆笑声不时响起。截至1月8日,该片票房已过5亿元。刚刚过去的元旦档期,不论从口碑还是票房,该片都表现不俗。

《年会不能停!》道出打工人心声 大鹏白客花式“整活”回馈影迷



李乃文(左)、孙艺洲(中)、王迅(右)在路演现场。周琴摄



《年会不能停!》剧照。图据片方

职场众生相……董润年坦言,通过前期搜集素材,发现在职场的幸福各种各样,但不幸却惊人相似。相信很多人会在电影里找到自己或者别人的影子,希望所有上班的人都有共鸣。

让人惊喜的是,饰演现众和集团董事长、原众和标准件厂老厂长的,是出演

87年版《红楼梦》贾宝玉的欧阳奋强,这回“宝玉”终于乘上时代东风,发家致富,走上人生巅峰。此外,王迅饰演的庄正直,也让很多成都影迷们觉得亲切。

主演大鹏开启“整活”模式

《年会不能停!》成都太平洋影城王府井店路演现场,也延续了影片中的欢乐气氛。大鹏背着背包上台,上台后他突然转身露出背包真容,上面显示着“《年会不能停!》,新年快乐”等字样,开启“整活”模式。

电影中最后的高潮部分就是一场年会,大鹏与白客带来一段热血说唱,精准唱出每个打工人的心声。路演现场,也有影迷表明自己就是一个说唱歌手,并提问大鹏为什么会用说唱的形式来表达打工人心声。大鹏笑言,电影中的年会,表演是必不可少的一环,“那段说唱导演把词写得非常解恨,我相信也唱到很多人心里。很多没机会说、没敢说出来的

话,借由电影让大家发泄出来,这也是这么多人支持这部电影的原因。”话音刚落,大鹏又开始整活:“既然你也是个说唱歌手,那我们一起切磋一下?”随后,这位影迷在现场与白客来了一场互相炫技,虽然王迅调侃这位影迷的说唱像“散打”,但此后孙艺洲也加入进来,让现场氛围十分欢乐。

熬夜、睡不好、压力大,是很多打工人的通病。现场有影迷希望本就是配音演员的白客能录一个睡前录音,帮助打工人尽快入睡。白客还在想录制内容时,大鹏已经秒懂脱口而出:“宝贝,该睡觉了”。而最后,白客也有求必应,现场配了这段声音。

当天,《年会不能停!》成都路演现场延续了片中的欢乐。整部影片让观众可以感受到《年会不能停!》主创的用心和编剧的功力,对中国喜剧电影也充满了期待。

华西都市报-封面新闻记者 周琴

2023年影市回暖

人均电影消费回升至109元

日前,国家电影局公布2023年中国电影行业重要指标:全年电影票房为549.15亿元。其中,国产影片票房为460.05亿元,占比为83.77%;2023年票房过亿元影片共73部,其中国产影片50部,票房排名前10位均为国产影片。在这亮眼的成绩单中,你贡献了多少呢?

核心数据回升 国产影片票房成绩亮眼

据统计,2023年票房相比过去三年大幅上涨七成,恢复至2017年水平,人次上涨六成,人均观影频次升至2.58次,预估全年城市院线观影总人数再度突破5亿大关。

2023年度票房排名前十的影片均为国产影片,票房第十名《人生路不熟》、第九名《坚如磐石》、第八名《熊出没·伴我“熊芯”》、第七名《长安三万里》、第六名《八角笼中》、第五名《封神第一部:朝歌风云》、第四名《消失的她》、第三名《孤注一掷》、第二名《流浪

地球2》、第一名《满江红》。一部部彰显中国气象、传递中国美学、塑造中国精神的电影登上大银幕。

人均电影消费重新升至百元线以上。2023年全国放映规模超过2019年历史最高水平,场均人次近四年首度回升。全年平均票价维稳,热门档期片方下调发行结算价下限主动改变策略,2024元旦档影片集体下调发行结算价。根据观影总人数预估,中国电影市场人均电影消费回升至109元。

上游供给复苏,国产电影持续占据5/6份额。备案立项、上映数量双项供给指标回暖,国产电影单年度票房超460亿创纪录,票房占比连续四年高达84%。另一方面,进口电影上映数量回升,但票房体量下降,全年无一破10亿元,部均票房难回2020年前水平、单片高点持续下降。

全国银幕数8.6万,继续领先全球电影市场。1.27万家影院中高产值影院数量回升,年票房不足500万元影院数回落,影院产值结构较2020-2022年更为健康,四到六成影院对热门档期的

依赖性仍高于行业均值。

春节、暑期双档,助推大盘破500亿元。2023年在较早的春节档助力下强势开局,中段暑期档强力推进、年度累计票房一度追进历史最高的2019年同期。2023年暑期档观影人次和频次双双大幅上涨,成功拉动全年“看2部及以上观众”比例回升。

题材丰富多样 多部影片引发网络热议

结合暑期档票房前五名的高频评论,“教育意义”成为档期特色,亲子属性显著,社会价值触达不同人群,《长安三万里》等表现突出。

与此同时,2023年是“悬疑犯罪”类型大年,满足观影社交属性,热门悬疑片受到广泛青睐。

值得一提的是,2023年也带来宣发新风向,几个案例值得探讨。

2023年6月底,《消失的她》带动千万级新用户入场,快速带热大盘,上映后的热度在多渠道均呈爆发式增长,观

众围绕影片细节、情感、话题的解读与讨论持续反哺票房。

聚焦大唐盛世和诗人命运的动画电影《长安三万里》,用荡气回肠的诗意长卷将千年长安的恢宏景象重新呈现在观众面前,改编中国传统神话的奇幻大作《封神第一部:朝歌风云》,将中国美学的大气磅礴和中华哲学的深邃内涵蕴藏其中,这些取材自中华优秀传统文化的电影作品不仅吸引观众走进影院,更直接带动了传统文化热潮出圈,让更多观众穿越光影,走进现实。

《长安三万里》运作#看完长安三万里孩子爱上背诗#话题,从家长共情的角度切入、激发亲子观影属性,显著提升年长观众和多票张占比。

《封神》第一部上映后,“自来水”集结起势,各渠道热度成倍数攀升,影片的购票画像也从点映期间的年长、男性观众持续向年轻、女性观众破圈。另外,“质子团”“Daddy”“哈基米”等均成为2023年暑期的热门话题。

综合扬子晚报、央视新闻