

浅谈电影宣发的『舍弃』哲学与圈层共振

■文镜河

宣发的本质是从“扩音器”到“渡船”

过去二十年,中国电影宣发的核心逻辑是“覆盖”——用尽可能大的声音,覆盖尽可能多的人群。海报铺满电梯,热搜霸占屏幕,路演横扫城市。这套“扩音器”模式,在增量市场时代屡试不爽。但今天,市场已从“增量”转向更多依靠“存量”,观众从被动接受变为主动选择。宣发的本质,必须从“把导演的想法灌给观众”,转向“把观众的情绪渡进电影”。

这不是修辞游戏,而是根本性的角色转换。宣发不再是电影的“扩音器”,而是连接银幕内外的“渡船”——它的使命不再是“告知”,而是“共鸣”;不再是“灌输”,而是“打捞”。它要打捞的,是潜藏在亿万观众心底那些未被言说的情绪、未被命名的感受、未被抚慰的孤独。从“意义灌输”转向“意义打捞”。主创迫不及待地给电影贴满“伟大”“史诗”的标签,这恰恰剥夺了观众最珍贵的观影快感——自我发现。当下的观众极度反感“被教育”。高明的宣发应该做“留白”,只抛出充满张力的片段、一个耐人寻味的眼神,让观众自己去“打捞”意义。当观众自己得出“这太不容易了”的结论时,那是他内心的共鸣,比你喊一万句口号都管用。宣发要做的,是缄口,然后抛砖引玉。

宣发的核心任务不是“种草”,而是“排雷”。现在的观众买票,心理门槛极高,他们最怕的不是“不好看”,而是“被骗”。所以,新时代宣发的第一要务,是建立“信任前置”。与其用华丽词藻堆砌期待,不如诚实地说清楚“这片子适合谁,不适合谁”。比如直接告诉观众:“这

近期中国电影市场,两部被寄予厚望的影片在宣发环节相继“触礁”。一部因价值解读的错位引发舆论哗然,另一部因“人情绑架”式喊话遭遇集体反感。它们并非粗制滥造之作,却都在通往观众的路上,倒在了“最后一公里”。这并非偶然。它宣告了一个旧时代的终结:靠明星阵容、宏大叙事和铺张路演就能“通吃”市场的宣发逻辑,已然失效。当社交媒体将话语权彻底交还给每一个普通观众,当“反诈”式观影成为大众本能,电影宣发必须回答一个根本性的命题:我们究竟在为谁拍电影?我们又究竟在向谁说话?

是一部需要耐心的慢电影”“前30分钟可能有点闷,但后劲极大”。这种“自曝短板”的真诚,反而能筛选出精准受众,并让进场的人因预期管理得当而给出超高评价。降低预期,往往能赢得超预期的口碑。

把“宣传权”让渡给“素人情绪”。顶级的宣发,是制造“集体二创”的空间。看看《流浪地球2》的“国家队”二创,或是《封神第一部》的“质子团”“自来水”。宣发团队应该退居幕后,只提供“素材池”——比如一段未采用的配乐、一张富有悬念的概念图,然后把解读权彻底交给观众。当观众为了一个细节在评论区吵得不可开交,当段子手和剪刀手自发为你生产内容时,这部电影就真正“活”在了大众心里。这叫从“我说你听”变成“大家一起玩”。

电影在杀青那天就属于观众了。宣发不是电影的“监护人”,而是观众的“引座员”。低下头,递好票,把聚光灯从主创身上移开,照向观众席——因为真正的掌声,从来不在银幕上,而在每一个被击中的普通人心里。

必须“舍弃”的“伪受众”

这引出了一个刺痛行业神经的问题:当“覆盖所有人”不再可能,我们该“舍弃”谁?我的回答是:我们舍弃的从来不是某个群体,而是某类心态——那类以“社交打卡”为目的而非以“观影”为目的“观光客”。他们是冲着热搜话题而非故事本身买票的人,是为了发朋友圈九宫格而非沉浸两小时光影的人,是跟风涌入又随手留下一句“就这?”后匆匆赶下一个热点的人。

这类“伪受众”的最大危害在于,他们对电影没有敬畏,只有工具性地利用。他们评判的不是电影质量,而是电影是否满足了他们的“快餐社交需求”。追逐他们,不是吃肉,而是饮鸩止渴——你请他们进来,他们砸了你的场子,然后头也不回地奔赴下一场热闹。

这笔账,必须算清楚:时间账。观光客的票房高度集中于首周,但他们带来的“货不对板”式恶评,会直接摧毁第二周及之后的排片和上座率。贪图首周20%的观光客票房,损失后面50%的长尾票房,这是得不偿失。

成本账。要打动对电影本身无感的观光客,必须砸重金买热搜、铺广告、请流量、做票补。这笔“流量税”高得惊人。而“真爱粉”呢?一支有质感的预告片,就能让他们深夜自发解读、二创、“安利”,边际成本趋近于零。

品牌账。为了一部电影的短期“热闹”,透支的是整个厂牌的“内容信用评级”。当你的厂牌被贴上“宣发与内容严重不符”的标签,下一部真正的好作品问世时,观众会观望,市场会迟疑。这一部分“小肉”,是以断送整个公司的未来为代价的。

因此,真正的清醒,是敢于在宣发阶段有倾向性地“过滤”。在宣传文案里主动设置“情绪门槛”——不剪冲突高潮,只剪一段沉默的长镜头;不喊“必看”,而问“你有多久没有安静下来了”。这不是清高,而是最精准的风控。

为“谁”而拍,先于拍给“谁”看

如果说“舍弃”是宣发的减法,那么“赢得”才是真正的加法。而要赢得死忠粉,我们必须回到一切的原点——创作本身。太多电影之所以“悬浮”,正是因为创作者在动笔时,心里装的是“大数据画像”,而非“一个具体的人”。他们对着“18-35岁城市青年”这个抽象数据写作,出来的只能是流水线产品——安全,

平庸,且无人真正热爱。

真正高明的导演,心里都有一个“隐形的第一观众”。他可能是少年时趴在影院座椅上的自己,可能是某个深夜倾诉过的朋友,甚至是一个想象中的、能懂他所有潜台词的知己。当你对着这个“具体的人”掏心窝子说话时,镜头就有了温度,台词就有了呼吸。

这里存在一个深刻的悖论:艺术史上最伟大的作品,往往源于创作者最“自私”的表达。王家卫从未想过讨好“文艺青年”这个圈层,他只是执拗地拍他眼中香港的暧昧与疏离;李安也从未计算过“全球观众”的审美公约数,他只是诚实地追问那些让他夜不能寐的命题——关于压抑、关于信仰、关于父亲。他们甚至可以说是在“自私”地为自己而拍,结果却意外击穿了所有地域、年龄、文化的壁垒。因为极致的人性,就是共通性。当你深挖到人类情感的“底层代码”时,无论观众来自哪个群体,都会被击中,比如《给阿嬷的情书》。

这就是“灵魂契约”——创作者在片场埋下密码,观众在影院解开它。心里没装着那个特定的“你”,这个密码便是无效的。

让“死忠粉”成为“联合出品人”

有了“为谁而拍”的初心,宣发要做的,就是为这部电影找到它“失散多年的亲人”。这不是“推销”,而是“寻亲”。诺兰的《奥本海默》被指“台词过密、三小时太长”,但这恰恰是影迷心中的“高智商点”。当宣发主动说“这是一部需要屏息凝神的三小时对白电影”时,它做的不是自曝短板,而是筛选受众——把非受众劝退,反而让进场的人获得了极高的“身份认同感”。真正有信心创作者,敢把所谓的“商业短板”直接定义为“风格标签”。他们赌的不是“瑕不掩瑜”,而是“我的瑕疵,恰好是我的死忠粉最爱的那道菜”。

赢得“死忠粉”不是终点,而是“发动群众”的起点。顶级的宣发,是让粉丝觉得这部电影的口碑与我息息相关。《流浪地球》的“自来水”为何自发包场、做数据?因为他们感到自己参与了“拯救中国科幻”的壮举。所以,宣发要做的不是告诉观众电影多好,而是给“死忠粉”提供足够的社交资源——精致的截图、耐人寻味的金句、可以“玩梗”的片段。让他们在圈层内分享时,能彰显自己的审美品位,这时他们安利的动力,比你砸几千万路演都强。

交付,而非包装

至此,我们可以为“新时代的宣发”下一个完整的定义:宣发不是电影的“包装”,而是电影的“交付”——把主创在片场流过的汗、熬过的夜、交付过的真心,用观众听得懂的语言,体面地交到属于它的观众手里。它不再迷信“覆盖面”,转而追求“密度”——让100万个路人扫一眼,不如让10万个“对的人”反复沉浸。它不再追逐“热闹”,转而培育“私藏感”——当粉丝把一部电影视为“我的私藏”,他们便成了最坚不可摧的护城河。它不再计算“流量”,转而经营“信任”——在注意力极度稀缺的时代,信任才是最硬的通货。那些试图讨好所有人的电影,最后往往无家可归;而那些只想对一个人说“我懂你”的电影,最后会收到全世界的回响。

中国电影正在从“流量时代”走向“信任时代”。在这个时代,宣发的最高境界不是“让你来看”,而是让观众发自内心地说:“这部电影,是在为我而拍。”而这,恰恰是电影这门艺术,对每一个还在认真拍电影的人,最温柔的回报。



穿越乱世更迭再品群雄浮沉——评《三国第一部:争洛阳》

■文/陈文婷

又一部聚焦“三国”题材的文艺作品,又一部描述“三国”故事的动画电影,追光动画《三国第一部:争洛阳》在前有1994年剧版《三国演义》珠玉在前,近有2025年《三国的星空》褒贬不一的情况下,勇敢迎战暑期档。对经典作品再现或改编而言,最大的难点是如何赢得当前观众的理解、认同以及共情。机械照搬容易乏味,改得太多难以自治,非黑即白免不了脸谱化,重新定义又恐引来反噬。这一次的老戏新唱表现如何?笔者的感受是:137分钟的观影酣畅淋漓,全程故事高能无冗余,对熟稔史书《三国志》和名著《三国演义》的观众是一场深度重温,对略知一二的观众是一次查漏补缺,对一无所知的观众是一次全新吸引。

尊重成长规律,关注心路历程

影片以年轻化、阶段化的视角塑造角色,重视人物身世背景、幼年经历对性格形成和作为选择的潜在影响,通过拆解人物心理变化,还原真实成长弧光,让每一位历史人物都拥有完整、合理、真实的行事逻辑,打破了观众对三国人物耳熟能详的脸谱化刻板印象。

开篇以青年曹操与青年袁绍合力解救被抢新娘的故事,展现了二人痛恨阉党外戚祸乱朝堂、欺压百姓,怀抱匡扶社稷的理想初心,以及意气风发、志趣相投的少年壮志。这为后来曹操的种种行动做了预演,埋了伏笔,包括但不限于:不畏宦官势力、严格执法,棒杀臧霸叔父;主动结交士族名士,先后追随何进、袁绍,意欲匡扶汉室;仅率五千新兵,勇敢面对并战胜万名黄巾军残部;独自谋划刺董,亲自执行,不成又机智逃脱,等等。此时的曹操性格豪爽、不拘小节、机敏果敢、能变通、有胆有识、能力过人,与其在《让县自明本志令》中的自述初心相吻合,也还没有表现出阴险狡诈多疑的一面,确实令人佩服,也让人喜欢。影片将青年曹操的闪光点逐一展开,再用乱世现实层层击碎其最初的梦想,让其在对何进、袁绍逐渐失望的过程中完成了从“匡扶汉室”到“自立乱世”的心路转变,跳出了民间传统叙事将其笼统定义为“白脸奸臣”的片面框定,得到了广大观众特别是年轻人的理解与认同。

同时,影片拒绝让任何角色成为剧情工具人,而是将鲜活的人性真实的时代悲剧性合一。比如:没有将何进、袁绍简单地定义为“优柔寡断”,而是深挖了二人性格缺陷背后的身世与亲缘根源,让人物弱点有据可依。大将军何进投鼠忌器、犹豫纠结,源于复杂家庭关系和割裂亲缘带来的枷锁——生母早逝,何皇后三人皆为继母一脉,全部依附阉党,维护宦官势力,对其既利用又排挤,还欲让何苗取而代之。这些都使他进退维谷,并最终被何皇后所坑、落入十常侍圈套、惨遭杀害。袁绍的迟疑寡断、顾虑重重植根于幼时嫡庶尊卑的成长环境——在常年低位示人、看人眼色、谨小慎微,造就了他凡事权衡过度、缺乏果决的性格,与嫡出表术的高高在上、自信肆意、骄横张扬形成鲜明对比。这也解释了其明明手握大好局势,却屡屡错失良机的根源所在。

故事环环相扣,叙事张弛有度

近年来,许多可圈可点的动画电影,如果假以耐心打磨,其实本可以更优秀,但最终却被观众评价为“技术一流、剧本太弱”,或是“画风顶尖、故事拉胯”。汲取前车之鉴,《三国第一部:争洛阳》对此做了有意识的应对,补齐了短板。

一方面,主线清晰、逻辑严密。影片兼顾正史和《三国演义》记载,以东汉末年都城洛阳为舞台,以青年曹操的所见所闻和阶段性成长为主线,按照时间顺序将历史事件一字排开,从汉末宦官乱政、少帝继位、何进谋害、宫变惨死,到董卓入京、废帝另立、丁原入京、吕布叛主,再到曹操借七星刀、行刺失败献刀逃脱,最终以关东诸侯会盟讨董、虎牢关三英战吕布、董卓火烧洛阳携帝西迁,群雄纷争扬鞭准备逐鹿中原收尾,完整串联起汉末洛阳之乱过程中的所有经典桥段。同时,在故事呈现时,影片对每个桥段内部各种因素之间的相互关系、桥段与桥段起承转合时的前因后果都交代得清

清楚楚,使每个历史事件在单看时均能自成一体,连起来又能自然衔接、环环相扣,最终汇合成浩浩荡荡、磅礴恢宏的宏大史诗。

另一方面,详略得当、节奏明快。所有历史事件在具体呈现时长和表述方式上,坚定地摒弃了平均用力的旧套路,改为依照与故事主线的支撑关系强弱进行合理取舍。与主要人物塑造紧密相连的事件,不惜时间和笔墨,比如:曹操率五千新兵战胜万余名黄巾军溃败老兵的桥段,分别对曹操、士兵、场景等做了细致描摹,达到能做尽做、精益求精的程度。与主题主线有关的细节,哪怕再小,也被放大记录,比如:影片特意展现了曹操两次提出不同意见未被采纳的过程,一是何进欲召董卓进京,二是袁绍欲召丁原进京。同时,与主要人物塑造和主题主线关系不大的情节,哪怕事件本身是观众津津乐道的,也通过简单勾勒一笔带过,比如:吕布受董卓利诱杀害丁原事件,就选择了简笔画式呈现方式,通过展现吕布得到赤兔马后的桀骜完成了全部表达。

声画更上层楼,视听“全线拉满”

影片保持了追光动画顶级技术水准,无论画面构图还是场景设计,无论人物建模还是配音演绎,堪称全方位在线。造型和配音相得益彰,配音对情绪烘托到位,国风审美质感“拉满”,尽显国漫匠心。

画面设计方面,最惊艳的是曹操发矫诏到各州的创意镜头表达。影片摒弃了枯燥的文字介绍,以地域地貌结合水墨特效,尽显边塞苍凉、江海浩荡、乱世暗流之气;苍茫无垠的大漠风沙聚拢成形,海浪拍岸的东海礁石若隐若现,上下翻腾的黑水浪潮虚实流转,分别凝聚、凸显、汇聚成“并州”“青州”“冀州”等字样,具象化烘托出天下分崩、变局涌动的浓厚氛围。一州一景、一景一意,将中式水墨写意与三维立体写实完美结合,呈现出真人影视无法复刻的独有浪漫,展现了中式美学的独特深度与极致意境。此外,人物造型精准贴合性格,形神兼备、辨识度极高,比如:董卓身形横阔厚重,体态阴沉,面部线条粗砺凌厉,从外在形象上直观凸显其阴险狡诈、暴戾狠辣的本性;吕布体格高大挺拔,容貌俊朗,神态霸气傲慢,完美贴合其三国第一猛将的绝世风姿与孤傲气场。

声音运用方面,配音、配乐、音响等均起到了全力服务影片整体效果的重要作用。全体配音演员对各自角色特质和情绪的拿捏精准到位、恰如其分,比如:曹操豪迈爽朗,始终情绪饱满;董卓阴鸷沉底,自带算计与狠辣;吕布高傲张扬,尽显猛将傲气等。每一次台词输出,都使相应人物呼之欲出,使相关剧情锦上添花,同步带动起观众观影情绪,将朝堂压抑、宫变惨烈、战场激昂等氛围推向极致,是一次非常过瘾的听觉享受。此外,影片结尾没有自创新词,而是沿用了明朝杨慎的《临江仙·滚滚长江东逝水》,展现出影片向真实历史靠拢、向观众共情靠拢、向经典哲思靠拢的艺术追求。

纵观全片,《三国第一部:争洛阳》深耕传统文化、立足民族内核、创新视听表达,将人物与故事、表象与深意、技术与艺术完美结合,将历史深度、人文广度与艺术高度有机交融,在尊重历史原貌、重视过程展现中,传递出厚重的家国情怀与成长哲思,实现了现实主义、浪漫主义与乐观主义的相得益彰,成为动画电影中国学派突破升级的又一部标杆力作。