

在岁末年初的电影狂欢中,演唱会电影的接力上映掀起了不小的票房热度:《泰勒·斯威夫特:时代巡回演唱会》成为第一部在国内票房破亿的演唱会电影;12月6日,音乐纪录电影《皇后乐队蒙特利尔现场演唱会》上映,此前该片在今年6月于上海电影节展映期间,成为开票后最快售罄的十部电影之一,进入到院线排片放映以来,更为影迷和乐迷们带来了双重狂欢。音乐与电影的交融不止于此,12月20日,我们又将迎来一场演唱会电影——《张杰曜北斗巡回演唱会》,预售票房火速突破2000万元。用一张电影票看一场演唱会,俨然成为当下正火的娱乐休闲。

花几十元去电影院看演唱会,火了



何为演唱会电影?

演唱会电影,顾名思义,就是将歌星或乐队的演唱会实时录像剪辑成电影。其呈现方式主要有三种。第一种是用故事片的形式呈现演唱会。这种电影会在演唱会录像中插入主线剧情,将一场场表演串联。尽管这类电影在剧情编排上难免受限,很难达到传统故事片的深度,但也不失为以一种讨巧的方式来调节影片节奏。例如《五月天人生无限公司》就以“超级英雄对抗外星人保卫地球”为主线,成功避免了演唱会录像单调的视觉疲劳,最终拿下5000万票房,并斩获豆瓣评分8.3分;第二种是把演唱会拍成纪录片。这种形式较为常见,它通过在演唱会录像中穿插幕后故事、社会背景或演出花絮,为观众拓展收看演唱会的视角。然而,这类电影票房大多不尽如人意。崔健的《超越那一天》就以2010—2011跨年摇滚交响音乐会为核心,同时融入社会变迁的影像素材,然而其受众群体较小,最终票房仅为23.8万元;最后一种,也就是《皇后乐队蒙特利尔现场演唱会》所采用的:单纯的演唱会回放,让观众彻底身临其境演唱会的氛围中,在昏暗的影院中,灯光骤然亮起,熟悉的旋律响彻耳畔,观众仿佛置身于万人狂欢的演出现场,音乐的电流会流经每一个灵魂,激荡出无法言喻的共鸣。其中,《泰勒·斯威夫特:时代巡回演唱会》最为典型,影片只捕捉了泰勒·斯威夫特在舞台上光芒四射的瞬间而没有其他赘余,将她的音乐与魅力毫无保留地呈现给观众。这不仅大幅降低了影片的制作成本,更保留了演唱会原汁原味的沉浸式体验感,回归了演唱会电影最核心的诉求:纯粹的视听盛宴。

沉浸式的体验无疑是演唱会电影带来的最为直

为何如此受欢迎?

举着应援棒大声合唱,与歌迷一起互动交流……这种平时只能在演唱会现场看到的景象,如今也能在电影院里体验一把。12月15日晚11时,影迷兼歌迷艾伦在万达影城(李沧万达广场IMAX店)结束了影片《皇后乐队蒙特利尔现场演唱会》的观看。接受记者采访时,他仍难掩激动:“这是一场史诗级的演唱会,没想到我也能有机会沉浸式体验一把!”艾伦告诉记者,这是一场举行于1981年的演唱会,“他们办这场演唱会时我都没出生,今天能在大银幕上看到他们鲜活的样子真好。”

自12月6日起,《皇后乐队蒙特利尔现场演唱会》正式在全国艺术电影放映联盟指定影院上映。该片记录了皇后乐队1981年在加拿大蒙特利尔举行的两场经典演唱会,并将其以电影的形式呈现。截至12月14日,《皇后乐队蒙特利尔现场演唱会》观影人次已超过52000人次,豆瓣评分为9.4分,显示出了极高的口碑评价。

与艾伦有着同等观影体验的不止他一人。艾伦告诉记者,一开始电影未放映之前,大家都很安静,但是影片正式放映时,氛围就燃起来了,“一开始我只是小声跟唱,后来发现旁边的哥们儿也在跟着节奏大幅度摇摆,所以我的情绪也被调动了起来,散场后,还收到了乐迷派发的无料(即粉丝们自制的无偿周边产品),这种体验跟此前在电脑上观看的视频完全不同,此外,影院里还有专业的音效设备,堪称顶级视听。”

当然,更具性价比的观演体验,也是演唱会影片能够大受青睐的原因之一。“演唱会票价相对更高,

抢票也比较困难。而且演唱会一般在特定的地区和时间举办,对异地或者没有时间的观众来说赶过去会比较困难,但院线上映是全国范围的,这一时间段内所有影院都可以播放,大家看到的机会就更多,对粉丝来说肯定是好事。”业内人士分析认为,通常一场演唱会的最低票价都要380元,且这种价位的观演位置并不会太好,而演唱会电影的票价在30—80元之间,且每日均有多场排片,对于买不到票或者经济条件有限的粉丝朋友们来说,也更为友好。

拓展多元化经营场景

“这是我和你们一起主演的第一部电影!”近日,张杰在他的个唱现场为自己的演唱会电影《张杰曜北斗巡回演唱会》官宣,这句话也印制在了电影的海报上。《张杰曜北斗巡回演唱会》收录了张杰2023年8月在北京国家体育场鸟巢举办的“未·LIVE—「曜·北斗」巡回演唱会”三场收官演出。该轮巡演于2021年10月在苏州开启,2023年8月北京收官,共计13座城市,23场演出,总动员人数超过90万人。据灯塔专业版数据显示,12月1日《张杰曜北斗巡回演唱会》官宣后,淘票票“想看”数据日增超7万,一举成为2024年淘票票日增想看年度冠军,目前影片双平台“想看”已突破36万。

很显然,演唱会电影吸引的是粉丝群体。这个群体年龄分布通常较为集中,以年轻人为主,例如,泰勒·斯威夫特的演唱会电影《泰勒·斯威夫特:时代巡回演唱会》在年轻观众中取得了巨大的成功,30岁以下的受众占比高达83%。同样的,目前在张杰演唱会电影“想看”数据中,25—29岁的年轻观众占比达43.2%;分性别来看,女性观众占比达81.1%。年轻观众通常具有较强的消费能力和消费意愿,愿意为自己喜欢的艺人买单,而这也成为电影行业拓展多元化经营场景迫切想要招徕的群体。

青岛万达影城CBD影院经理刘天宇表示,影院的发展需要多元化影片的加持,演唱会电影就是一个全新的类型尝试。为营造更加浓厚的演唱会氛围,电影院在播放演唱会电影时在影厅内布置与艺人相关的海报、手幅、荧光棒等道具,给观众带来更加沉浸式的观影体验。除此以外,院线、片方也配合演唱会电影推出了很多的周边产品,免费发放,或是进行售卖,丰富了电影院的经营业态,拓展收入来源。同时,影院也在积极与粉丝团进行对接,安排观影团或是歌迷包场,“相对于其他影片,演唱会电影客群较为小众,但观影团和粉丝包场往往会集中一批观众前来。因此,这种形式的电影场次虽然不算多,但上座率通常会比较高,影院也会集中人力、物力将这些场次做好,将影院打造成为年轻人在观影之外的又一社交空间。”

观海新闻/青岛早报记者 周洁 片方供图