

《夏日友晴天》创口碑新低

# 皮克斯动画片 中国观众看腻了？

豆瓣评分7.3,首周末票房3305.5万元,皮克斯的动画片《夏日友晴天》上周末登陆中国内地影市遇冷了。不仅如此,这部号称“皮克斯35周年特别呈现”的作品,实际上还创下了近十年来皮克斯内地上映作品的豆瓣口碑新低。

《夏日友晴天》真有那么差吗?社交媒体上,持相反观点的影迷们就此展开了激烈探讨。有一个观点或许双方都能认同:它并不是什么烂片,但它确实又一次辜负了人们对皮克斯的期待。

## A 高期待,低票房 近十年口碑垫底之作

20日,《夏日友晴天》在中国内地正式开画,但首日票房仅有可怜的752.2万元,排片占比17.8%,上座率2.5%。之后的双休日,该片票房虽略有上扬,但两天的单日票房均未超越1500万元。最终,还是上映已经超过20天的《怒火·重案》继续扛起当天乃至整个周末的大梁。开局不利之下,《夏日友晴天》如今在猫眼的预测内地总票房为8651.1万元,尚不足1亿元。

作为皮克斯原创新作,《夏日友晴天》的引进本被市场寄以厚望。毕竟去年年底,皮克斯的《心灵奇旅》虽然口碑有争议,但最终在内地拿下了3.76亿元的票房。就别提2017年底的《寻梦环游记》了,这部皮克斯的高分之作斩获中国内地票房高达12.3亿元。

## B 小故事,小格局 异域风情被当做“杀手锏”

《夏日友晴天》真有那么差吗?从豆瓣评分的构成来看,13.8%的观众打满分5星,0.2%的观众打最低分1星,但有多达42.2%和41.2%的人打4星和3星,典型的“中间多,两头少”,是“虽非极品,尚属佳作”的品相。

《夏日友晴天》的故事设定其实颇为有趣:两个闯入意大利海滨小镇的外来男孩,跟一个当地的小女孩开启了一场夏日冒险,但没人知道男孩们的真实身份其实是

在这个票房低迷的暑期档,人们期待《夏日友晴天》能给市场打一剂强心针。

但若考虑到几部作品之间的口碑差,《夏日友晴天》的票房失利倒也没那么难以理解。以豆瓣为例,《寻梦环游记》豆瓣评分高达9.1分,《心灵奇旅》也有8.8分,但《夏日友晴天》豆瓣开分仅7.5分,后来还一度下滑至7.2分,之后又勉强爬升至7.3分。再往之前捋一捋,2017年的《怪兽大学》豆瓣评分8.2,2012年的《勇敢传说》评分7.6,哪一部都比《夏日友晴天》高。即使算上近年来的一些皮克斯动画续集如《玩具总动员4》《超人总动员2》,《夏日友晴天》仍是皮克斯近十年引进长片中的口碑垫底之作。

来自水底的海怪。不过,如此奇幻的设定,最终故事却只围绕一条简单的主线展开:三个孩子要参加小镇的一场意大利传统铁人三项比赛——游泳、吃意大利面和骑自行车。这也是观众观感产生分歧的一大原因:有些观众觉得,这个故事似乎显得有些格局小了,但也有观众表示他们就喜欢这种小品文调调。豆瓣网友“舌在足矣”说出了不少打4星观众的心声:“毫无疑问是皮克斯所有作品里故事最简单的一部,但梦幻般的意大利夏日塑造得太令人心驰神往了。”

《夏日友晴天》是埃里克·卡萨罗萨执导的第一部故事长片,在这之前,这位已经51岁的意大利导演曾经制作过皮克斯高分短片《月神》。跟很多导演的长片处女作一样,《夏日友晴天》取材自导演本人的家乡记忆和童年经历,卡萨罗萨说:“对我来说,这是一个深刻的个人故事,不仅因为它是在我长大的意大利里维埃拉拍摄的,而且因为这部电影的核心是对友谊的纪念。童年时代的友谊常常决定着我们将未来要成长为谁,而这些成长纽带正是我们在《夏日友晴天》故事中的核心。”

影片在短短95分钟的时间里,探讨了友情、成长、自我认同、傲慢与偏见……但相较于众多主题较为潦草的探讨,《夏日友晴天》更吸引人的其实是片中处处呈现的地道意大利小镇风情。这一点也正好跟皮克斯近年的作品套路一脉相承——自从《寻梦环游记》中的墨西哥元素赢得一片赞许之后,他们就“解锁”了用异域风情来讨好观众这一新的“财富密码”。



故事发生在意大利海滨小镇

## 观察

### >>> 老皮克斯的新困境

其实不光在中国市场,《夏日友晴天》在美国同样未被视作“神作”。以烂番茄网为例,影评人为该片评出的新鲜度为91%,更体现普通观众感受的爆米花指数则是87%;而2017年的皮克斯高口碑作品《寻梦环游记》新鲜度高达97%,爆米花指数也有94%。相较之下,

《夏日友晴天》虽然不算“烂片”,但确实可以说是皮克斯近年作品中较为“平平无奇”的一部。再加上2020年两部原创动画片《心灵奇旅》《1/2的魔法》同样平庸的表现,不少业内人士断言:曾经是“世界顶级动画工作室”的皮克斯,已然“走下神坛”。

### >>> 被并购后,水准开始跌宕起伏

1995年的《玩具总动员》被认为是皮克斯黄金时代的开始,后来2008年的《机器人瓦力》和2009年的《飞屋环游记》同样被公认为“神作”。但有观点认为,在2006年皮克斯被迪士尼并购之后,该工作室便似乎没从双方的磨合中缓过来。在一段很长的时间里,皮克斯把原本精心打磨新创本子的精力放到了不断打造《赛车总动员》《海底总动员》等IP续集上。尽管从商业逻辑来看,做IP的好处显而易见,但皮克斯出品的水准从此开始变得跌宕起伏也是一个不争的事实。这也是为什么2015年的《头脑特工队》和2017年的《寻梦环

游记》如此令人惊喜——在那之前,人们已经好久没看到真正令人眼前一亮的皮克斯动画片了。

早在《夏日友晴天》登陆内地之前,该片就通过Disney+在北美进行纯网供应。事实上,从《心灵奇旅》开始,皮克斯的动画片就已经开始了“弃院转网”之旅。尽管这背后有疫情的原因,但外界认为这也是皮克斯工作室不再受重视的证据。此外,在疫情期间因“财务现实”问题关闭的蓝天工作室也多少为皮克斯敲响了警钟。蓝天工作室创建于1987年,曾是与皮克斯齐名的著名老牌动画工作室。

### >>> 曾经的行业标杆,尚能战否?

必须承认的是,尽管时不时输给自己,但皮克斯出品的普遍水准依然令多数同行仰望。《玩具总动员3》和《头脑特工队》的编剧迈克尔·阿恩特曾在一则公开视频中透露过皮克斯故事的内部创作全流程。

这位编剧曾凭处女作《阳光小美女》获奥斯卡奖,因此被皮克斯拉去创作《玩具总动员3》,但之后的“痛苦”过程被他描述为“宛如地狱”,“每天都让我想要以头抢地”。据阿恩特介绍,这部动画续集的剧本整整花了三年时间创作,原因是皮克斯要求在剧本创作阶段,就要先将剧本做出一个粗样片。团队所有人员会共同观看这个粗样片,然后发表意见,编剧听完吸收再改。而在三年时间里,《玩具总动员3》总共做了七个版本的粗样片,这意味着在正式制作之前,这部电影就被“拍”了七遍——

很难想象经过如此严苛的制作流程,皮克斯的作品还能难看到哪里去。也正因为如此,尽管阿恩特觉得为皮克斯写剧本不堪回首,但事后他还是多次表示:“感谢皮克斯。”而《玩具总动员3》最终也拿下了奥斯卡的最佳动画长片奖。

另一个不得不提的重要改变则在于市场端。以中国为例,近年来随着国漫崛起,中国本土产动画片越来越受到观众的关注与赞许。2019年的国漫《哪吒之魔童降世》以超过50亿元的本土票房,迄今占据着中国影史最高票房第三名的宝座,而好莱坞动画片只能勉强挤进这个榜单的前50名——2016年迪士尼影业的《疯狂动物城》票房15亿元,位列榜单第38名。在口味日益挑剔的中国观众面前,皮克斯的“不进则退”困境显然尤其严峻。

据《羊城晚报》

