

## 专访《孤军》导演杨虎： 这些英雄，向死而生！

■文/本报记者 杜思梦

“产子三天后，李桂英回到游击纵队，她的丈夫余泽鸿已经牺牲了七天……司令员龙厚生牺牲后，头被砍下，身首异处……”导演杨虎用颤抖的声音讲述着川南游击纵队的故事。

杨虎是电影《孤军》的导演，这部将于12月28日登陆全国影院的电影，首次将中国工农红军川南游击纵队这段历史搬上大银幕，再现为信仰而战的英雄们，从容赴死的故事。接受本报专访时，杨虎感慨道：“这些英雄明知道要牺牲，他们选择了向死而生！”



### 一茬接一茬牺牲

大约两年前，刚拍完电影《三湾改编》的杨虎接到了《孤军》总制片人的电话，他们准备拍部新片，讲四川宜宾兴文县一支掩护中央红军转移的游击纵队的故事。

杨虎对这支部队的番号起了兴趣——川南游击纵队。

在百度百科“红军川南游击纵队”的词条揪住了杨虎的心，一茬接一茬指挥员的“牺牲”赫然在目：“1935年2月18日，川南游击纵队成立，王逸涛任司令员，下辖5个大队。5月，司令员王逸涛潜逃叛变，徐策兼任司令员，纵队缩编为3个大队。7月13日，徐策、张风光等100余人牺牲。余泽鸿接任特委书记兼纵队政治委员，刘干臣任纵队司令员。11月上旬部队剩下100余人。不久，余泽鸿、刘干臣等相继牺牲。1936年2月上旬，龙厚生任

司令员，刘复初兼政治委员。龙厚生、曾春鉴等于1937年1月间牺牲。”

随着调研的深入，杨虎一次又一次被他们的故事冲击，“一个指挥员牺牲了，下一个指挥员就会顶上去，两年多的时间，他们没有外援，没有后勤保障，只有一茬接一茬的牺牲，从1000多人下降到不到100人。他们明知道会牺牲，依旧勇往直前。”

杨虎沉浸进入他们的故事中，与他们交谈，他想探寻，这些英雄们，当年为什么这样做？如果不这样做，会是什么结果？这样做了，又是什么结果？他摸到烈士们的脉搏，“他们相信，前赴后继，目标就能实现。他们的目标很简单——打破旧世界，成立新中国。”杨虎得出了结论：“这是一群有信仰的英雄，为了理想而牺牲，他们向死而生。”

### 全部采用历史人物真实姓名

影片涉及的历史人物，全部用他们的真实姓名，杨虎决定，将《孤军》拍摄成一部写实的影片。因为“英雄，必须铭记！”他要把这支英雄纵队的感人故事讲给更多人听。

八一电影制片厂原厂长、茅盾文学奖获得者柳建伟亲自执笔电影剧本，凌潇肃出演龙厚生，曾出演过方志敏的演员余泽鸿，小沈阳演绎王逸涛。吕星辰、奚望出演女红军李桂英、甘棠。

他要求演员们在塑造这些英雄人物时，把握人物的命脉，通过记录他们的文字里，走进人物内心，“了解人物，然后成为人物。”

首次出演红军人物的凌潇肃感慨道，看到剧本时，就被感动了，自己参

与拍摄的初衷就是为了纪念英烈。

凌潇肃饰演的龙厚生，成为游击纵队司令员之前，身份是特派员。杨虎评价这位特派员“党性强，会打仗。在他的带领下，游击纵队打了不少胜仗”。

为接近龙厚生的状态，凌潇肃刚进组，就开始减肥。杨虎回忆，“凌潇肃每天只吃两个鸡蛋，别的什么都不吃，就饿着”。

杨虎清楚地记得，龙厚生的牺牲异常惨烈，他牺牲后，头被割了下来，国民党拎着去邀功。“现在云南和兴文两个烈士陵园都有龙厚生的墓，云南埋葬的是他的头颅，兴文埋葬的是他的身体。”

黄少祺饰演的余泽鸿是位经验丰富的干部，杨虎介绍：“余泽鸿的特点是凝聚力强，擅长搞学生运动。敢于担当，会打仗。在上海时，他还在周恩来领导下，参加过上海地下党工作。”

电影中，不仅展现了余泽鸿的领导能力，还将他与李桂英的爱情故事搬上银幕。“红军长征一共有32位女红军，其中两位留在了四川，一位叫甘棠，一位叫李桂英。”二人甜蜜而壮烈的爱情，触动了杨虎，“前线打仗最吃紧的时候，李桂英产子，孩子生下来3天，李桂英就回到了游击纵队，而余泽鸿已经牺牲7天了。”

在杨虎看来，“一支孤军的坚守，一段悲壮的历史，一部英雄的史诗”是对川南游击纵队，最好的概括和总结。

作为演员，凌潇肃则希望，“观众走进影院，不用记得我们演员，只要记得我们所塑造的英雄，他们不应该被遗忘！”

## 《没有一顿火锅解决不了的事》进军2024年五一档

本报讯 由丁晟执导的悬疑喜剧电影《没有一顿火锅解决不了的事》近日宣布进军2024年五一档，并释出一套全新角色海报，将影片期待值再度拉升。

日前，该片在第五届海南岛国际电影节上进行了首场放映，映后导演丁晟与观众展开热情交流，首批观众也纷纷给予高度评价，“超级爽，疯透了”“笑到头掉”“处处都有回响，没有一处闲笔”“人均两副面孔八百个心眼子”“演员表演太秀了，演技拉满了”……电影优秀的口碑出炉，也再次加深了观众对该片的期待。

全新角色海报呈现的正是每位角色各怀鬼胎、心思各异的状态，角色手中的戏剧面具寓意人均“两副面



孔”。杨幂饰演的么鸡眼神中流露出的狠劲和危险因素令人战栗，一举颠覆早前曝光物料中呆拉头、圆框眼镜的俏皮风格，似乎暗示影片中将上演“白切黑”的角色反转；于谦饰演的九饼目光斜视、“霸气侧漏”，小剧团老板初露江湖大哥一般的气场；田雨饰演的付主任眉头紧锁、面色凝重，似乎正在盘算着鬼点子；余皑磊饰演的发财表情似是苦大仇深，一张略带沧桑的面孔上写满了“有故事的人”；李九霄饰演的七万则是眼神锐利如刀，孤勇少年气呼之欲出。色彩炫目的霓虹背景与形色各异的戏剧面具交相辉映，画风既新潮又兼顾传统文化，令观众对这部影片充满期待。

(影子)

## 众创电影《烟火人间》定档1月13日



本报讯 近日，电影《烟火人间》宣布定档1月13日全国院线上映。这

是一部由509位普通人“共同主演”的电影。影片呈现了一幅背井离乡、奋力拼搏在社会生产一线的当代中国人群像：他们在田野上、在工厂里、在运输途中、在钢筋水泥间，体验着生命的酷暑与寒冬。地域和职业虽千差万别，但返乡团圆是他们共同的期待；唯有悲欢离合，值得年复一年。

影片同步首发“时代的切片”定档海报。海报中一条“归乡之路”呈螺旋状延展，一位中年游子拎着行李、身背巨大的棕熊玩偶走在回家的路上。一路上，卡车、货车、渔船等交通工具在各个切片间穿梭，串联不同的时间与空间；卡车司机、渔民与建筑工人等来自不同职业、不同领域的普通人则散落在不同的空间，他们共

同构成了这个精彩纷呈、热气腾腾的时代。

影片创作过程历时一年，从快手平台的5万多条素材中挑选出800多段广大普通人鲜活、生动的生活影像，这些影像出自509位“素人”之手，质朴与新奇、欢乐与泪水兼而有之，共同构成了千千万万当代中国人生生不息、当代中国。

在导演孙虹看来，《烟火人间》的主角们是一群“平民英雄”，甚至可以说就是本片的联合导演：“每个人都必须要面对生命中的苦难，真正的英雄在苦难中仍不失勇气、不忘生命中的美好。”

(姬政鹏)

## 《一闪一闪亮星星》的“雪” 还被看好吗？

■文/本报记者 李佳蕾

随着年末的临近，多部电影即将与观众见面。在正式见面之前，都开始“花式营销”吸引观众的注意。《年会不能停！》设置啤酒场，让大家边看电影边喝酒；《一闪一闪亮星星》上映当天在全国1314家影城13时14分场次举行“下雪场”活动。

截至12月25日，在“下雪场”的氛围加持下，《一闪一闪亮星星》的预售突破3亿元，已成为2023年预售票房冠军。但连日来，“一闪一闪亮星星超100万人次退票”“影院回应因易燃易爆隐患取消亮星星下雪场”等话题一次次让影片设置的“下雪场”引发热议，在这场旷日持久的“营销战”里，究竟《一闪一闪亮星星》的“雪”能否下下来、得到观众的认可呢？

### ◎ 安全隐患、银幕安全颇受关注

12月12日，万象影城官方微博发布了一则取消电影《一闪一闪亮星星》下雪特别场活动的公告。随后，便引发热议，记者电话询问了北京市万象影城（西三旗万象汇杜比巨幕店），确认影城没有“下雪场”的安排。

在采访中，大多数观众还是会将观影安全问题寄托于影城。十八岁的大学生王曦雅“幸运地抢到了”特殊场次的电影票，作为“刷剧”的她受到了网剧的影响选择购票观影，而对于观影安全问题她表示，希望电影院在开设下雪场之前，能够保障观众的安全问题，她觉得如果不能确保安全问题，也就没有开设特殊场次的必要了。

影城负责人也担忧安全问题，首

都电影院经理于超表示，一开始在片方发布影院招募公告时就没有报名，担心制雪易燃。除了制雪易燃外，银幕安全也是他比较担心的问题，“银幕最怕的是可能会污染的东西，根据提示‘下雪’可能会留下个别水渍，如果银幕上留下水渍，就会一片一片的，到时候看电影就会花。”

深圳中影国际影城（欢乐海岸CINITY店）市场经理赛女士同样对于安全隐患、银幕安全也有担忧，但是经过深入了解和讨论，决定采取使用制雪机的方式来预防安全问题。她说：“本来我们是不准备在影厅进行制雪活动，但是经过研究、讨论，了解到厅内使用造雪机相对比较安全，我们从隔壁商家借了一台制雪机，准备

在票卖光的厅内进行使用，雪罐在散场后发放，同时宣传贯彻好相关注意事项，争取在充分保证观众观影安全的前提下，给观众提供更好的观影氛围。”

大连中影华臣影业集团有限公司副总张峰介绍，影城在做“下雪场”时，一定会考虑到人身安全、银幕安全问题，“怎么存制雪机、雪罐达到安全标准，怎么喷才能不对观众和银幕造成危害都会事先进行考虑和测试。”

目前，从记者了解到的情况来看，为了解决安全问题，片方也在积极采取行动，比如鼓励影城购买制雪机，提供上限最高500元的报销额度；加大观影安全宣传力度等。



大连中影华臣影业部分影院布置图

### ◎ 营销热度高，影院主动打造主题影城

“没想到‘下雪场’这么受欢迎。”这是在采访中听到最多的一句话。尽管影城经理在横店院线会时看到了这部影片，但是谁都没有想到它能因为“下雪场”变得这么火热，不少从业者调侃“估计猫眼做营销时自己都没想到”。

“下雪场”的营销火热属实难得。济南百丽宫影院总经理董文欣在其社交媒体上表示，“这些年，片方的营销能够激发影院集体自

发花钱给影片做活动的，真的没见过。当然影院愿意投资，还是因为‘1314’场卖的好，影迷或者粉丝被激发起仪式感和参与意愿，购票给力，影院赚钱了，自然愿意投资满足观众的需求。这就是好的营销带动的各方面的良性循环。所以好的营销有时候真的不是花很多钱，而是好的创意。”

据介绍，不少影院在“下雪场”火爆后，还额外开了一个厅。赛女士

说，“我家第一场售罄又开了一个大厅”，但因为在猫眼购票系统上“下雪场”只能给一个影厅打上标识，所以可能“大厅就卖得一般”。

张峰则表示，根据每个影城的不同情况，“因地制宜”制造氛围感，“不少影城都开始主动做主题影城，雪从影厅下到大堂，甚至还有礼品场的设置，给观众赠送荧光棒、小手环等，增加观影附加值，吸引观众走进影院。”

### ◎ 年轻观众成主力军 氛围感能否成为票房“催化剂”

影片映前的热度如此之高，该片编剧之一段余乐本人也“始料未及”。他表示，“下雪场”这个方案可能在和观众的交互反馈、情节模拟、记忆点重温以及自身感受的照应上都起到了很好的作用，所以才比较受欢迎，但希望大家能在观影的同时注意安全。

年轻观众的“异军突起”也开始让影城经理觉得捉摸不透市场。张峰分析，“今年能明显感觉到悬疑、青春爱情类型的影片表现不错，随着年轻观众的成长，25岁以下的学生市场成为主导。有时候我们也不知道观众到底会对什么电影感兴趣。”

据猫眼想看画像显示，《一闪一闪亮星星》男性观众占26.87%、女性观众占73.2%。记者采访到一位19

岁的单身男青年，他表示，自己既没有看过原版网剧也不打算看电影，因为“一个人看爱情电影没意思”。20岁的女大学生芊宇则是既看过网剧也买了电影票，与朋友一同去影院观影，她比较遗憾的是“因为‘下雪场’人气太火爆了，没能买到票”，但还是期盼能在“电影中看到张万森有一个好的结局”。段余乐透露，从网剧到电影的较大改动，“是更倾向于突出属于电影的情感核和主题，而不是在有限的时长内聊足了劲去塑造一个藏着暗恋的男生的形象。”其余具体的改动还需要观众前去影院寻找答案。

可以看到的是，影片的映前营销手段对影片票房确实会产生影响。充分利用网剧中“张万森，下雪了”的“网络热梗”进行营销活动，精准抓住

了当下年轻观众的喜好。王曦雅对“下雪场”表示了极大的认可，“‘下雪场’更能够增加观众观影的氛围感与仪式感，同时下雪也与网剧的剧情挂钩，在电影观影中加入下雪这一浪漫的因素，能使我们更加沉浸式的体验电影。”

中国电影评论学会秘书长胡建礼认为影片已经“破圈了”，“它营造了非常强烈的仪式感，‘1314’场带动了整个当天所有这部影片的预售，它还有‘520告白场’，这就把其他场次也都带动了。”

其实，不论《一闪一闪亮星星》的映前营销有多火热，最终的票房表现还尚未可知。它究竟是能够在影院弥补网剧中的遗憾，还是会让观众产生“上映就塌房”的感受，这一切都还要等影片上映后才可知晓。