

A Brief Analysis of the Box Office Difference between the Mainland and Hong Kong of the Film *Full River Red*

Yating Zou

Northwest University for Nationalities, Xupu, Hunan, 730030, China

Abstract

With the reduction of the impact of the COVID-19 on production and life, China's film market has gradually recovered, and many traditional film works have sprung up like mushrooms. The movie *Full River Red* broke out of a tight encirclement in a series of films during the Spring Festival on the mainland. It sold well at the box office and won a good reputation. But what's interesting is that when the movie *Full River Red* was released in Hong Kong, it was cold, the box office was low, and its reputation declined. The difference in the box office between the mainland and Hong Kong reflects the difference in the popularity of participating stars in the mainland and Hong Kong, the cultural difference between the mainland and Hong Kong, and the difference in the dominant power of film discourse. To promote the dissemination of mainland films in Hong Kong that are in line with the mainstream culture, it is necessary to promote the exchange between mainland actors and producers, actors and media platforms in Hong Kong, and promote mutual trust and understanding. We should further strengthen the content construction of the mainland film culture, dig deep into the precious core and excellent ideas of the traditional culture and increase the quality of the traditional culture. While meeting the needs of the Hong Kong people, we should produce films that have both the characteristics of the mainstream values of the mainland film and are grounded. Only in this way can we promote the spread and sound development of the mainland film in Hong Kong.

Keywords

Film *Full River Red*; box office difference

浅析电影《满江红》在内地和香港票房差异

邹雅婷

西北民族大学, 中国·湖南 溆浦 730030

摘要

随着新冠疫情对生产生活影响减小, 中国电影市场逐渐复苏, 许多扎根于传统的电影作品如雨后春笋般不断涌出。电影《满江红》在内地春节档一系列电影中杀出重围, 票房大卖, 赢得了一片好评, 但有趣的是当电影《满江红》在香港上映时却受冷, 票房低迷, 口碑下滑。从其在内地和香港票房的差异, 反映出参演明星在内地和香港的知名度差异、内地与香港的文化差异, 以及电影话语主导权的差异。要推动符合主流文化的内地电影在港的传播, 就要促进内地演员和香港地区的制片人、演员、传媒平台的交流, 促进互信理解。进一步加强内地电影文化的内容建设, 深挖传统增加优秀传统文化的宝贵内核和优秀思想, 在符合香港群众的观影需求的同时, 制作出既具备内地电影主流价值观特色又接地气的电影作品, 唯有如此才能促进内地电影在港的传播和良性发展。

关键词

电影《满江红》; 票房差异

1 引言

随着新冠疫情对经济和社会的影响减小, 中国逐渐恢复正常生产生活秩序, 人们被压抑已久的观影欲望终于得以释放, 随之而来的是电影市场的逐渐复苏。而春节档无疑是各电影竞争和角逐的重中之重, 值得一提的是近年来我国的电影作品热衷于从中国承载着的五千年优秀传统文化中进行深挖, 将电影扎根传统之中进行构思、创作与传播, 这极

大程度上促进了传统文化焕发出新的生命力。电影《满江红》就是如此, 故事情节为虚构, 利用历史人物秦桧和岳飞(岳家军)之间、历史上宋国和金国之间的矛盾和冲突展开, 讲述了南宋绍兴年间, 岳飞死后四年, 秦桧率兵与金国会谈的前夜, 金国使者死在宰相驻地, 所携证明秦桧为金国卧底的密信不翼而飞, 以找密信为线索从而引生出底层边缘人物如何舍生取义自我救赎、如何在家和国之间做抉择的故事。该电影在预售期间就被广大网友纷纷看好, 在内地一经上映就得到了广泛好评, 不少人表示该片让人热血沸腾, 岳飞的词作《满江红》也进一步深深烙印在人们的心里。其猫眼电影观众评分更是高达 9.5 分, 观影热度和满座率至今也仍居高

【作者简介】邹雅婷(2002-), 女, 中国湖南溆浦人, 本科, 从事艺术传播研究。

不下。但在内地口碑极佳的电影在香港票房似乎不容乐观，截至2023年2月27日，据猫眼电影专业版统计满江红中国内地票房6.54亿美元，而在中国香港票房仅有5.9万美元（见表一），同是一部电影，票房差距为何会如此之大，是什么导致了该差距的产生，如何促进内地电影在香港更好地进行传播放映，论文将围绕上述问题展开。

首先不可否认的是香港的人口规模是远远小于内地的，电影消费市场较小，两地票房存在差距也是在情理之中，但即便如此也有影史票房高达2827万美元的电影——《复仇者联盟4：终局之战》的存在，两片票房数一一对比也差距甚多，如此看来则证明香港消费者对电影《满江红》并不接受与认可，而5.9万美元的票房也确实称得上惨淡。除此之外还发现以下几个问题^[1]。

2 演员熟知度之差异

满江红的主演无一例外全是内地知名实力派或是喜剧演员、相声演员，如沈腾、易烊千玺、张译、岳云鹏等，被内地人们广为熟知，其自身所带的明星效应所带来的粉丝经济影响下，“一方面，粉丝可以借助微博等社会化媒体与明星直接接触、即时互动，通过粉丝群体的信息反馈对明星品牌产生影响，甚至参与明星品牌的构建；另一方面，基于社会化媒体的裂变式传播路径，粉丝圈子的传播互动往往能够产生极强的辐射效应。”^[1]电影《满江红》在上映初始，各参演人员就早已在内地以微博为首的较为知名的各种社交平台进行广泛发帖宣传，增加不同群体特别是其粉丝群体对该电影的熟知度，而粉丝们在其帖文下和演员们进行互动，反映自身对于电影的期待与希冀，进行及时互动，电影上映后其粉丝们还开建立了相关话题讨论，如粉丝ID为11点28分不打烊建立的满江红影评话题讨论，分享各自观影心得等。这些话题讨论进一步增加了影片的热度和人们的关注度、观影率，也就自然票房可观。

但当这些演员所拍摄的电影放到香港上映粉丝经济影响就大大削弱。第一，演员使用的大多都是内地知名的社交平台，但香港地区的人们使用的大多数是国外开发的社交软件。港片《白色强人》中曾提及香港人社交经常使用的APP为WhatsApp、Facebook、Instagram，所以内地演员所使用的社会化媒体以及社会化媒体的裂变式传播路径的套路在香港就无法使用，电影的宣传效果就大打折扣，观众和演员也没有进行良好的互动和交流反馈。第二，对内地知名演员存在陌生感还因为内地演员鲜有参加香港的节目或者综艺活动，反倒是香港演员赴内地发展的信息层出不穷。内地演员在香港公开露面的机会少，自然香港民众对其的熟知度也就不高^[2]。

3 文化认知度之差异

电影《满江红》的定位为历史、悬疑、喜剧。先谈谈历史定位。内地观众对于满江红历史题材定义的理解为所选

的故事发生的时间源于真实历史时期，所选用的电影角色为真实的历史人物，满江红诗词所传递的岳飞精忠报国的决心仍然跃然纸上触动着每位观影人。全片未见岳飞身影，但全片又无处不存在岳飞的身影，对于内地观众来说，应是被全片所主打的忠贞小人物舍生取义虽九死其犹未悔的浓烈报国情所吸引。诚然事实也确实如此，内地从小学甚至从幼儿园伊始就进行爱国主义教育，就培养孩子们的家国意识，2019年11月，中共中央、国务院印发的《新时代爱国主义教育实施纲要》明确指出：“要把青少年作为爱国主义教育的重中之重，将爱国主义精神贯穿于学校教育全过程，推动爱国主义教育进课堂、进教材、进头脑。”故此爱国主义文化、爱国主义精神早已经深深扎根于内地人们的脑海中。而岳飞精忠报国的历史故事无疑是每一个人爱国主义教育的启蒙篇，因为熟悉这段历史，知道历史的原貌，所以才更能接受电影中的虚构情节，才能被电影所打的情感牌所触动^[3]。

对比于香港，香港过去一直被人贬低为“文化沙漠”，但随着时代的发展，“一个自由开放、融合中西、商业都市型的多元混合文化体系开始形成”^[2]，在文化多元的香港，中华传统文化虽是香港文化的根，但饱受殖民主义和自由资本主义文化的影响，多元也成了阻碍，殖民主义、自由资本主义文化的糟粕也并未完全统一去除，香港当代年轻人所能接触到的文化实际上是鱼龙混杂的，并且以人际传播方式进行地在教师和学生之间进行信息交流的教育中“爱国主义教育不在香港青少年的课程范畴内，导致香港虽然回归多年，但部分青年对国家的概念仍然模糊，自身的归属感混乱。”^[3]因而对于电影《满江红》所主打的爱国主义情感牌充耳不闻。

回归于电影悬疑喜剧的定位，电影《满江红》确实向人们讲述了局中局、套中套的高能烧脑剧情。影片中外舅舅舅一齐温情而又欢乐的探案给紧张刺激的电影情节带来一抹暖意。家观念浓厚的温情喜剧是内地观者所接受的，是适合一家子一起去电影院观看的，毕竟该片为春节档上映。而香港的喜剧片以无厘头为主要特点，讲述的是小市民阶层的生活生存情感困境，无逻辑的好笑，无逻辑的狂欢，“可以说，香港喜剧电影的这种粗俗、丑陋、促狭的‘无厘头’更加切合了香港民众的喜好，因为尽情在影像中狂欢是香港人释放压抑与不满的一个重要渠道。”^[4]两地民众对喜剧片的定位不同、需求不同，所以难免产生排斥反应。

4 市场占有之差异

对比内地电影市场票房总排行榜和香港电影市场票房总排行榜，内地电影排行榜前10中，有9部为国产片，排行榜前50中，有14部为美国电影^[5]。可以发现内地的电影话语权还是牢牢掌握在自己手中，并且其中多部为符合社会主义核心价值观、符合主旋律的优秀电影作品，如《长津湖》《战狼2》《长津湖之水门桥》等。这些被主流市场所接受、所认可、所欢迎的大众电影，但又同时符合“富强、民主、

文明、和谐；自由、平等、公正、法治；爱国、敬业、诚信、友善”24字社会主义核心价值观的新主流电影是内地电影市场发展的不竭源泉^[6]，巩固了内地市场国产片的主导地位，抵挡了外来电影的袭扰，维护了内地市场的稳定发展^[5]。

而香港电影排行总榜前10中均为外国电影，排行榜前50中，仅有6部华语片，在其中又仅有3部为香港制片，2部为内地和香港的合拍电影。其余均为外国电影，特别是美国电影其所占比例高达25部^[5]，其电影市场几乎被国外电影所瓜分，并且国外电影文化的不断输入，香港民众也逐渐被电影所宣扬的“超级英雄”“个人主义精神”所影响，逐渐沉迷于其构建的电影世界中不可自拔，长此以往，偏爱英美等外国电影的香港民众无疑是被其自身所构建的信息茧房所困，不但让其他题材的电影则很难挤进香港电影市场，而且还使得其本地电影发展势单力薄处于劣势地^[6]位。

票房差距的背后反映的是内地电影文化在香港传播受阻，那么如何传播内地电影在港传播呢？

一方面，是提高内地演员在港的影响力，要加强和香港地区的制片人、演员、传媒平台的交流，促进互信理解。积极参演内地和香港的合拍电影，促进优秀主流文化电影在港传播，加强中华优秀传统文化输出，潜移默化改变香港群众的思想，更正错误偏激思想，弘扬主流意识形态。香港紫荆花国际电影节协会赵洪伟认为“内地主旋律所蕴含的信仰信念的力量、艰苦奋斗的光荣传统、自强不息的优秀精神以及传统文化中顺其自然、天人合一的宝贵哲学思想，这些方面是中国共产党领导下的中华文化中所独具特色的宝贵精神遗产，对于目前的香港文化和香港电影产业都是非常重要的。”^[7]因而，要加强内地电影文化的内容建设，深挖传统增加传统优秀文化的宝贵内核和优秀思想，坚持电影文化自信有条不紊的向香港输出高质量电影作品，弥补香港电影的

短板，增加两地电影文化之间的沟通。

另一方面，是要关注香港群众的电影需求。在此基础上对电影内容进行调整，在符合香港群众的观影需求的同时，制作出既具备内地电影主流价值观特色又接地气的电影作品，唯有如此才能促进内地电影在港的传播和良性发展^[7]。

5 结语

分析该电影票房在内地和香港火爆和低迷的原因，能发现两地电影文化地发展在目前确实存在着一些差异以及两地电影文化交流存在一些阻碍。论文就内地和香港群众对演员熟知度、文化认知度、市场占有率对两地电影《满江红》播放差距进行分析，角度较为片面和浅显，也没有涉及两地观影者对该电影的具体看法、评价，内容较少，也没有涉及对电影本身对画面、音效等进行分析，存在些许不足。

参考文献

- [1] 蔡骥.社会化网络时代的粉丝经济模式[J].中国青年研究,2015(11):5-11.
- [2] 陶玉霞.浅议香港的文化特点[J].长白学刊,1997(4):27-28.
- [3] 张婷婷,郝路军,杜文军.困境与对策:多元文化视域下香港青年爱国主义教育探析[J].林区学,2021(7):6-10.
- [4] 郭鹏飞,高昕.“本土之幻”的狂欢奇观:20世纪香港科幻喜剧电影的跨类型叙事[J].齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版),2022(5):44-47.
- [5] 影片总票房排行榜[EB/OL].https://piaofang.maoyan.com/rankings/year?_v_=yes
- [6] 彭文侯.新主流电影的类型化发展研究[D].徐州:江苏师范大学,2019.
- [7] 赵洪伟.希望借助电影节平台加强内地香港电影合作交流[N].影子:中国电影报,2022.