

风物放眼量，“封神”在路上

□青岛日报/观海新闻记者 米荆玉

“青岛出品”成暑期档常备爆款
《封神第二部》
“青岛戏份”更精彩

当《封神第一部》票房突破21亿元，暑期档迎来了盘点时刻。

2023年暑期档迄今产生了4部票房破20亿元的电影，分别为《消失的她》《八角笼中》《封神第一部》《孤注一掷》；票房变化也富有戏剧性，相较于《独行月球》在2022年暑期档一骑绝尘，2023年暑期档呈现爆款不断的盛况，《封神第一部》凭借影迷口碑逆转票房局势，精益求精的创作细节更是被UP主不断搬上短视频平台，掀起了一轮轮的话题热潮。可以说，继2022年《独行月球》之后，2023年“青岛出品”电影继续在暑期档占据重要一极。

对于“青岛出品”来说，2023年暑期档值得详细剖析。作为《封神第一部》出品方之一，青岛海发影视文化为青岛留下了一部神话史诗片，也让青岛后续的文旅开发多了一个电影IP选项。儿童奇幻片《海洋传奇》、西藏主题电影《少年桑吉》，展现了“青岛出品”丰富的题材储备。在东方影都拍摄的开心麻花电影《超能一家人》爆笑上映，让青岛与开心麻花的影视合作继续深化。此外，2023年暑期，青岛演员黄渤两度回青路演——他分别主演了神话史诗《封神第一部》、励志体育片《热烈》和家庭题材电影《学爸》，一身兼任三大男主角，“百亿影帝”继续书写传奇。

青岛出品、青岛题材、青岛电影人担纲、青岛拍摄……在中国电影工业化之路上，“青岛元素”正在大放异彩。



■青岛东方影都外景。 王雷 摄

“封神”具有开创性

作为青岛参与出品的电影，《封神第一部》把北京之外的宣传首站放到了青岛——青岛拍摄，青岛出品，青岛籍演员黄渤（饰姜子牙）、夏雨（饰申公豹）主演，让《封神第一部》成为最富有青岛元素的标杆性大制作电影，也体现了青岛影视产业稳步向全链条迈进的趋势。

扮演“姜子牙”的黄渤在青岛路演现场表示：“《封神第一部》应该是我入行以来拍得最久的一部电影，而且又是在家乡拍摄，意义非凡。正如导演所说，这部电影99%在青岛拍摄，所以说，这部电影是标准的青岛‘土特产’。”

对于青岛影视产业而言，《封神第一部》具有开创性的意义。

首先，《封神第一部》是青岛试水影视大项目投资的重头戏，大制作电影本身对市场环境依赖程度更高，一个国家级IP、国际化制作、顶级演员领衔、全阵容打磨的精品电影“三部曲”，为青岛在影史上预留了重要位置；其次，在大片逆风营销的当下，《封神第一部》通过社交平台、热点话题一步步调整影评风向，屡屡勾起影迷的观看欲，展现了成熟的电影营销应有的节奏感；第三，在影视拍摄方面，《封神》系列集中展示了在《流浪地球》系列之外另一条路径，即“三部曲集中联拍”，在节省成本的同时，保证特效不过时、表演不过时、风格不过时，这也体现了数十亿级投资大片在审美方向上的“专业预判”。

《封神第一部》上映后，三闻闻太师、魔家四兄弟、邓婵玉的出场让影迷分外期待第二部的上映。导演乌尔善透露，《封神第二部》的青岛

戏份更让人期待，殷寿阵营、西岐阵营正面对决，规模宏大的“大破十绝阵”一触即发，这一战集中了“封神”故事里战力最强的角色。“我们在青岛海边搭建了整个朝歌城的主要街道，在藏马山以1:1的比例和实景的方式，搭建了整个西岐城。《封神第二部》的主要场景就发生在西岐城里面。”乌尔善说。

青岛深度嵌入影视产业

十年前，国家电影局选派部分优秀导演赴好莱坞六大影业公司学习，乌尔善导演是第一批（2013年），郭帆导演是第二批（2014年）。两位导演先后在东方影都完成了《封神》和《流浪地球》系列。如今，乌尔善导演的《异人之下》《郑和下西洋》等奇幻/史诗类大制作仍在推进中，青岛影视产业如何嵌入并以什么角色嵌入，是值得深思的问题。

作为青岛人的黄渤，谈起家乡的影视产业发展十分坦率。他表示，青岛电影产业有其自信的基础。“之前，我们去英国、美国探访水下棚等特殊影棚，感觉我们存在很大的差距。现在，一个更为现代化的影视基地在家乡青岛拔地而起，《流浪地球》以及我自己拍的《一出好戏》《疯狂的外星人》等多部戏都产自于此。我们对青岛发展影视产业越来越自信，这份自信一方面来自于青岛的历史资源、自然禀赋，另一方面来自于青岛正不懈努力地打造影视产业的硬件、软件。当然，我们希望能够推出更加开放、更有吸引力的政策，吸引更多的影视剧组、更多的文化创作团队来到青岛。”

目前，2023年暑期档已进入收官阶段，青岛西海岸新区影视产业发展中心主任赵芳认为，

“青岛出品”在2023年暑期档确实有成就，但仍有很大发展空间。“今年暑期，青岛出品的项目比往年多一点，但票房总量距离发展目标尚有距离。我们一方面注重本土引入、本土培育，东方影都、海发影视做出了优质的电影项目。另一方面，本土影视公司也出品了《海洋传奇》《少年桑吉》等佳作，通过院线与影迷见面。”赵芳说。

近年来，西海岸新区将剧组招引作为重要的发展方向，重量级影视项目纷纷入驻，进一步丰富了影视制作的配套供应链体系，灵山湾周边围绕东方影都的各种业态逐渐成熟。赵芳认为，青岛影视产业供应链体系基本成型，通过厚积薄发、长期培育和良性互动，产业配套与“青岛出品”项目互相成就，藏马山外景地等项目后期开发的空间很大。



■《封神第一部》主创团队在青岛路演。

乐迷的夏天，需要青岛特产“橘子海”

“乐夏”第三季首现青岛乐团 原创音乐助力城市文化氛围营造

□青岛日报/观海新闻记者 米荆玉

“乐夏”舞台，让歌迷看清我们

在《乐队的夏天》节目现场的一首《夏日漱石》，“橘子海”发挥稳定，惊艳全场。那英直言“是‘橘子海’的乐迷”，张亚东评价“橘子海”的舞台“有把海放到天上的感觉，歌名很有想象力”，大张伟也对“橘子海”的编曲大加赞赏。

不过，主唱坤明接受采访时表示，“橘子海”本来不想参加音乐综艺节目，经过节目组导演、唱片公司反复做工作，略微社恐的三个伙伴最终登上了《乐队的夏天》的舞台。“导演建议第一场最好唱我们最火的歌，于是唱了《夏日漱石》，在这个舞台上留下足迹，感觉很棒！参加《乐队的夏天》之后，歌迷更能了解我们三个人真实的样子，这一点比较珍贵。”

“橘子海”成立于2012年，三个年轻人在青岛组建乐团，慢慢打磨作品，2019年发行第一张专辑《浪潮上岸》。音乐中独有的海洋“潮湿美学”风靡乐坛，单曲《夏日漱石》《有暖气》迅速成为爆款，出现在众多短视频平台作品里，“橘子海”也成为新生代乐团里的佼佼者。

在《乐队的夏天》，“橘子海”与音乐圈的同行人慢慢熟悉起来。“一档音乐综艺节目治愈不了社恐。我从小内向，但经过多年历练后，估计能好一点、正常一点。结果，节目播出后从现场表现来看，我还是社恐，跟同行们不在一个社交水平线上。”坤明说，“脚蹼算是我们成员里的‘社牛’了，但放到大环境里相对还

是内向。不过没关系，节目拿社恐做‘梗’，其实像我们这样的人很多。”

那英自称最爱“橘子海”的《有暖气》，不过，对于乐团来说，更希望通过新歌展现自己音乐风格的变化。“以往，我们的音乐在潮湿里加上了温柔和浪漫的包裹感。现在，我们的音乐更加锋利和猛烈一些。以前的音乐可能是沙滩，现在是布满礁石的海滩了，但整体氛围和音乐核心还是属于我们‘橘子海’的味道，那是骨子里的浪漫。”坤明表示，“橘子海”的关键词除了海洋、浪漫之外，还有英文歌词，“英文歌词的妙处在于，当你听到我们的歌曲时，可能先想到欣赏音乐，不会去听歌词内容是写女孩还是写青春。这正符合了我们的创作初衷。我们是音乐产业比较强的乐队，希望靠音乐的力量打动大家，而不是单纯靠犀利的歌词。我们的音乐比较内敛、克制，这种风格适合英文歌。而且，英文的韵脚多一些，中文的表达更加直接。”

致敬原创，青岛同路

9月，“橘子海”“胶东”限定场音乐Live将在青岛奥帆中心举行。“橘子海”邀请了椅子乐团、the fin.和Gala乐队加盟，以一个小型音乐节现场的方式与乐迷见面。

这场演出也是致敬4年前的“胶东”石老人演出——在沙滩上，乐迷与“橘子海”度过了一个不眠夜，月光下唱《有暖气》的场面更是经典。“那是一场独一无二的演出，在每个

人心里留下了深刻的印象，希望它能继续下去，今年的‘胶东’限定场音乐Live就是想延续之前的传奇。一支青岛乐队在海边开唱，想想就很浪漫、很青岛。”坤明介绍，椅子乐团、the fin.曾与“橘子海”合作过，“我们是好朋友，曾经一起拍过MV。Gala乐队在青岛为特殊儿童学校做音乐会，邀请我们当嘉宾，结下了深厚友谊。我们四个乐队的阵容不像是传统的音乐节，而是与海洋有关。Gala乐队的主唱是威海人，他写的歌里有水手、海洋等元素。可以说，‘胶东’是一场主题性挺强的音乐现场演出，比传统演出更加有概念性。”

从青岛走到全国舞台，“橘子海”经历了青岛乐团必经的上升之路。亮相《乐队的夏天》第三季，“橘子海”也让青岛乐团看到了一个新的标杆。

如何培育青岛的原创乐团，让更多的“橘子海”出现在全国的音乐演出舞台？“当下的原创音乐扶持还需要继续下沉，继续破圈，让更多乐团获得走向舞台中央的机会。”坤明告诉记者，“我的大学好友本来经营一家琴行，因为我们的影响，后来他组建了ATM乐队。在去年‘青岛最动听’总决赛中，他们获得了最佳乐队铜奖。今年，ATM乐队也出现在多个音乐节阵容中。”

“青岛演出场地需要得到更多的关注和扶持。”鼓手卿溪表示，“独立音乐所需要的优质土壤来自于一些小型的演出现场，可以让刚起步的音乐人有机会登台，被大家看见，这

个很重要。我们刚出道时，一年仅有两三次演出。现在，市场变好了，进入livehouse成为常见的消费场景。对中小型、两三百人的Livehouse给予支持，提升演出的软硬件设施，有利于原创音乐的开花结果。”



■“橘子海”乐队。

