

风物 深度

## 惊奇再起、又起、三起：《蜘蛛人：无家日》预告什么样的2022年？

无论2022年的电影或串流产业会有什么结构剧变，迷因都不再专属某家公司，而是已渗入各种新旧商业模式的血液.....



《蜘蛛人：无家日》电影剧照。网上图片

特约撰稿人 叶郎 发自台北 | 2021-12-29

---

迷因 蜘蛛人 串流

除了多一点圣诞节气氛和 Mariah Carey 主唱的背景杂音之外，上上个周末似乎就是一个非常普通的2021年例假日。然而全世界的电影院却在那几天默默写下一个振奋人心的纪录：

《蜘蛛人：无家日》（Spider-Man: No Way Home，港译“蜘蛛侠：不战无归”，陆译“蜘蛛侠：英雄无归”）上映第一个周末，就以北美票房1亿美元创下历史第二高纪录，并以全球票房6亿美元成为历史第三高。一个星期后该片就超越《长津湖》的9亿和《你好，李焕英》的8.8亿，并以刚刚出炉的统计数据共10亿美元的票房稳坐2021年全球冠军。

美国娱乐产业媒体 Variety 将上映的那个周末形容为“影史最重要的周末”。不过接下来“剧情”当然不会这么简单顺遂（注：本文无剧透）……

## 你是迷因、我是迷因、他也是迷因

所以我们不只是刚刚在电影院看了一部由迷因改编的电影。我们就身处在那个由迷因搭建的 Metaverse 电影宇宙里。

“Where is Tobey? Is he safe? Is he alright?”

几个月前一个蜘蛛人电影迷因借用了《星际大战三部曲：西斯大帝的复仇》（Star Wars Episode III: Revenge of the Sith）的经典场景画面，让刚刚以 Darth Vader 身份苏醒的 Anakin 抓著西斯大帝猛问某人的安危和去向。

如果这个迷因让你有点在状况外，附带说明 Tobey 指的是始终未能在《蜘蛛人：无家日》预告中现身的 Sony 第一代蜘蛛人 Tobey Maguire。

从一年前传出最新一集蜘蛛人将有平行宇宙情节线开始，关于谁有演、谁没有演的耳语就像病毒一样在全世界影迷之间四处流窜。这种对蜘蛛人的信息渴求状态展现在不断变种的网路迷因之上，而这些迷因前仆后继的传播力又进一步强化了渴求的力道和范围。

《蜘蛛人：无家日》的发行商 Sony Pictures 以及共同制作的 Marvel Studios 自然是背后煽风点火的主嫌：几个月以来每一支曝光的预告或片段都经过精心设计，用来否认某些预测或是引发更多其他臆测。Marvel Studios 更早就熟练于操作男主角 Tom Holland 那些看似无心、其实经过公关行销团队严密编排的“说溜嘴”剧本。



《蜘蛛人：无家日》电影剧照。网上图片

媒体估计 Sony 在全球总计投入了的行销预算可能已经超过制作成本的2亿美元，借以确保观众可以在上映当日处在最强烈的渴求状态。他们的行销足迹几乎遍及各种社群媒介，并积极主攻和他们目标市场有广泛重叠的游戏社群。所以除了在 TikTok 上举办首映直播活动之外，他们更和疫情期间话题不断的游戏平台“要塞英雄”（Fortnite）合作上架蜘蛛人角色模组（或称皮肤）。另一个游戏平台“绝地求生：刺激战场”（PUBG Mobile）除了提供了角色模组以外，还设计了更深入的游戏内容结合，务求玩家可以完全沉浸在即将上映的新片情境之中。

然而2021年最擅长操作网路受众的，还是全世界最大连锁电影院品牌 AMC Entertainment 的执行长 Adam Aron。

AMC 早从预售阶段就和 Sony 合作发行《蜘蛛人：无家日》的 NFT 非同质代币，直接绑著电影预售票一起销售。果然预售票一开卖就创下仅次于《复仇者联盟：终局之战》（Avengers: Endgame）的销售纪录，并伴随著买不到票的抱怨贴文涌现网路社群。没买到票的观众和被抱怨贴文激起购买欲的观众涌向其他平台预购，接连创下各平台预售纪录甚至弄坏系统主机。

AMC 的股价从今年6月的废纸边缘，一路被迷因股民拉抬至今，使这家影史上地位最重要的放映通路突然

变身成为完全由散户（包含影迷、电影院粉丝、追逐迷因的网路公民）所控制的企业。AMC 执行长 Adam Aron 也和这群自称猩猩的新股东建立了紧密的互动关系，带领他们追逐各种充满新奇有趣的话题（比如“买股票送爆米花吃到饱”之类的噱头）。这位执行长已俨然成为猩猩大军的首领。如果这听起来简直就是电影《浩劫余生》（Planet of the Apes，又译“猩球崛起”）系列电影的剧情，它真的就是。这些散户最开始在网路社群 reddit 中使用的签名档就包含了这句出自该系列电影的口号：“Ape. Together. Strong.”。

不意外地，上周《蜘蛛人：无家日》上映之后的热度进一步刺激猩猩群的沸腾情绪，使 AMC 股价在上周五一口气飙升20%，创下7月以来的新高。

除了改变放映业之外，迷因也在剧烈改变卖电影的方式：

在《蜘蛛人：无家日》之前，2021年整个地球上最多人看过的新片是一部串流电影——由 Gal Gadot、Dwayne Johnson、Ryan Reynolds 三位巨星主演的 Netflix 原创电影《红色通缉令》（Red Notice）。上架24天就达到220亿分钟观看流量的《红色通缉令》和《蜘蛛人：无家日》都是差不多2亿美元左右的造价，但 Netflix 的行销团队简直像开玩笑一样漫不经心地卖片。《红色通缉令》推出的几支社群行销短片几乎都没在认真谈电影。比如 Ryan Reynolds 突袭古董展或是大谈自己刚刚买下的足球俱乐部之类，完全把电影行销当成个人社群帐号在经营。

就像 Tom Holland 的漫不经心一样，Ryan Reynolds 的无厘头举止同样都经过公关行销团队评估计算。在传统媒介（电视、报纸、广播和户外看板）陆续失去影响力的年代，这种跳过中介者、直接面对受众的沟通方式已经被 Netflix 一路推成主流，并开始被其他片厂仿效。

无论2022年的电影产业或串流产业还会有什么结构上的剧变，我们都可以确定迷因不再只是专属某家公司的基因，而已经快速渗透到各种新、旧商业模式的血液里头。所以我们不只是刚刚在电影院看了一部由迷因改编的电影。我们就身处在那个由迷因搭建的 Metaverse 电影宇宙里。





《蜘蛛人：无家日》电影剧照。网上图片

## 你是翻拍、我是续集、他是重开机

这身刀枪不入的防弹衣是由 Marvel Studios 总裁 Kevin Feige 亲自以剧情彩蛋缝制而成。观众因而产生错漏任何一个彩蛋的焦虑或是担心被已经看过电影的人提前爆雷，不得不尽可能在第一时间赶往电影院观看。

《蜘蛛人：无家日》的两个合作片厂 Sony 和 Marvel Studios 正好代表了好莱坞应对 COVID-19 后市场动荡的两条出路。

Sony 是目前好莱坞主流片厂中唯一没有自营综合性串流平台的一家。这使他们在过去两年疫情中的产业动荡里头完全避开了同时跨足“传统通路”（如电影院、电视台）和“串流通路”所产生的内部矛盾。坚守传统通路的 Sony 不用跟电影院通路陷入长期空窗期争执，也不用像 Marvel Studios 那样为了票房分红少给而与 Scarlett Johansson 闹进法院，更不会像 WarnerMedia 那样因为采取同步上架串流策略而和旗下创作者如 Christopher Nolan 撕破脸，甚至导致主要决策者 WarnerMedia 执行长 Jason Kilar 即将在 2022 年下台一鞠躬。

Disney（含 Fox）、Warner、Universal、Paramount 等好莱坞片厂都因为同集团的串流服务优先的理由，减少卖片给其他串流服务。Sony 因而成为唯一可以买到主流片厂等级制作的地方。这种地位使他们获得极大的谈判力量，成为几乎没有对手的串流军火供应商。蜘蛛人宇宙（包含衍生独立电影如《猛毒》Venom 系列电影）正是他们家货架上待价而沽的上等货。比如《蜘蛛人：无家日》接下来从电影院下档之后，并不会像他的 Marvel 好朋友们那样直接上 Disney 的串流服务 Disney+，而是优先卖给了另一家好莱坞片厂 Lionsgate 所经营的付费电视频道 Starz。小蜘蛛必须等待 Starz 的播放合约期满之后，才能

在 Disney+ 平台上与其他 Marvel 电影团聚。

另一方面，Marvel Studios 则继续站在2019年由他们一手创造的影视产业颠峰之上睥睨所有竞争对手。

2021年 Marvel 宇宙的电视节目开始进攻串流世界之时，Marvel 电影则继续在不稳定的后 COVID-19 电影市场中维持战无不胜的纪录：《尚气与十环传奇》（Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings）、《黑寡妇》（Black Widow）、《永恒族》（Eternals）分别都卖出合乎预期甚至超乎预期的票房。美国媒体 Variety 因此将 Marvel 电影形容为“刀枪不入”（bulletproof）。这身刀枪不入的防弹衣是由 Marvel Studios 总裁 Kevin Feige 亲自以剧情彩蛋缝制而成。观众因而产生错漏任何一个彩蛋的焦虑或是担心被已经看过电影的人提前爆雷，不得不尽可能在第一时间赶往电影院观看。

彩蛋文化源自1970年代末录影带问世之后才产生的影迷行为。录影机提供了前所未有的暂停、倒带、慢动作等新魔法，影迷开始互相交换这些以前在电影院大银幕上来不及看到的细微线索。彩蛋文化在1990年代末的 DVD 时代又以“幕后讲评”音轨的方式被发扬光大，变成特定产品（如导演版、珍藏版、终极版）的卖点。2000年后的网路社群时代虽然摧毁了 DVD 幕后讲评的商业市场，在此同时也让彩蛋文化变得更普及、渗透率更高。

然而最具影响力的创新还是2008年《钢铁人》（Iron Man）之后 Kevin Feige 开始的革命性作法：透过绵密布建在每一部 Marvel 电影中的彩蛋、线索和互相客串（crossover）桥段，打造出一个你每一次都会刷卡付费的“彩蛋订阅制”服务。

《蜘蛛人：无家日》的热卖验证了这个彩蛋订阅制服务的存在，让观众愿意抛下防疫焦虑赶往电影院追彩蛋。





《蜘蛛人：无家日》电影剧照。网上图片

然而在此同时，“愿意出门看电影”并不意味着“不挑菜”。《水底情深》（The Shape of Water）导演 Guillermo del Toro 同一周推出的心理惊悚剧《夜路》（Nightmare Alley）虽然口碑不俗（Rotten Tomatoes 的专业影评分数是80%），却只在北美卖出了难堪的290万美元票房。然而近期最具指标性的滑铁卢案例还是 Steven Spielberg 翻拍经典歌舞片《西城故事》（West Side Story）两周前首映只在北美卖出了1000万美元票房，上周还继续雪崩至340万。和该片 Rotten Tomatoes 专业影评分数高达93%高分以及耗资1亿美元拍摄成本相比，《西城故事》已经铁定成为2021年电影市场最惨烈的一次翻船。

如今好莱坞大量生产的续集、重开机、旧片翻拍（显然歌舞片除外）吸引的主要客群都是向来胆量比较大、对电影院的防疫风险比较无感的年轻男性观众。《蜘蛛人：无家日》上映首周的人潮中有超过60%是34岁以下观众，就是最好的例证。剩下的其他观众将成为悬疑所在。

两个月前 Wes Anderson 导演的《法兰西特派周报》（The French Dispatch）热卖曾让业界以为文艺片市场的成年观众总算放下罣碍回归电影院，但《西城故事》和《夜路》显示所谓的“回归”似乎不是这么一翻两瞪眼、头也不回地归来的简单决定。许多观众仍然采取谨慎决策、小心为上的方式面对电影院里的新片。

然而这些超级英雄电影以外的多元电影除了艺术上的贡献之外，对于整个产业的健康仍然扮演非常重要的作用。拍过超级英雄电影的赵婷、Patty Jenkins、Christopher Nolan、和李安都是来自这个水龙头的创意能量，一旦这个水龙头被永久关闭，后果将不可想像。

因此2022年电影市场的最大的问号将是：

成年人观众是否真的愿意回到电影院？那些专属成年观众的类型比如文艺、心理惊悚、非好莱坞电影是否还能在电影院里头继续存在？或者电影院终沦为只有一道菜色的自助餐餐厅，成为刀枪不入的 Marvel 宇宙续集吃到饱的独家通路？

## 何三 VS 何三：似曾相识的故事线

好莱坞刚刚费尽千辛万苦演了一场错过完全不会怎样的续集，而明年又将在新的变种反派故事线中重头来过。

大家可能已经慢慢遗忘了2002年上映的第一部蜘蛛人电影才是开启这一切循环的起点。在 Marvel Entertainment 正忙著重整刚刚破产重整的同时，Sony 用这部电影改写了所有人对于漫画改编电影的商业认知，并让整个行业在接下来20年忙碌于追逐既有 IP，直到后来的新同学 Netflix 都难以逃脱类似的追逐。

这十多年来，整个电影市场充满了这些：换了不同面孔的 Peter Parker、Bruce Wayne、必须死无数次的 Uncle Ben 和 Wayne 夫妇、大同小异的变种反派和一次又一次的重开机剧情。叫做惊奇再起也好，又起、三起也好，卖的都是换汤不换药的超级英雄菜色，

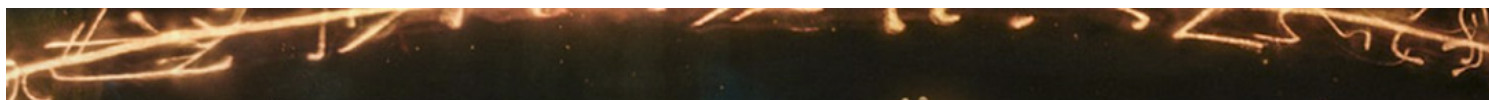
然而不可预测的变化出现在12月13日的《蜘蛛人：无家日》首映会上：

包含几位主角、好莱坞大咖明星和业界菁英齐聚在有90年历史的洛杉矶老电影院 Regency Village Theatre 中，参加经过严密防疫规划的首映典礼。所有参与者除了被要求出示完整接种疫苗的证明之外，还必须同时有 PCR 筛检阴性的证明，务求做到滴水不漏。首映结束之后，男主角 Tom Holland 还在同一天稍晚举办了一个只有75个特殊贵宾才能参加的私人派对。

几天后，Tom Holland 原本安排要出席的多场映后见面会突然无预警取消。有的电影院甚至是活动前几个小时才收到通知。好莱坞耳语开始传得满天飞。有媒体报导说是一名经纪公司的成员同时参与了《蜘蛛人：无家日》首映会和会后的派对，并随后传出确诊。Tom Holland 和他的蜘蛛人派对上的其他超级英雄亲友都惊险地与这条意外的支线剧情擦身而过。

除这个荷兰的派对惹事之外，地球另一端的那个荷兰也在几乎同一时间出事。

那个希望中文使用者用“尼德兰”这个词称他们的国家，在上个周日开始再度因为疫情恶化而全面关闭电影院至明年1月14日。邻近的丹麦则是要求电影院暂停营业至1月17日。加拿大魁北克也实施了类似的禁令。另外，爱尔兰政府要求电影院只能跟餐厅一样营业到晚上八点，而韩国则是只准营业到九点。





《蜘蛛人：无家日》电影剧照。网上图片

这些因为 Omicron 变种病毒而实施新防疫禁令对于上周《蜘蛛人：无家日》票房的影响不算太大。该片仍然在欧洲多个国家冲出令人惊奇的票房纪录。周日才奉命关闭的荷兰电影院，光凭周五、周六两天的业绩仍然创下年度第四高的成绩。而韩国的最新宵禁顶多也只让《蜘蛛人：无家日》的票房略略逊色于前两集的首周票房。

真正要命的是如果未来几周 Omicron 继续肆虐下去，将使好不容易宣布“完全复原”的电影发行业和放映业再度回到原点。就像近日流传的迷因里头暗示的：2022年用英文读起来根本就是“《2020》第2集” (twenty twenty two) 的意思。

影视产业的上下游其他部门也在“重开机”整整一年前疫情恶化时的戏码：《周末夜现场》(Saturday Night Live) 节目几天前的年终录影突然因为剧组确诊案例而解散现场观众和部分演职员，只留下必要人员完成该集节目；Netflix 招牌节目《王冠》(The Crown) 则是因为剧组确诊案例而临时宣布收工提早放年假；CNN 新闻台近日开始紧缩办公室防疫政策，只留下录影的必要人员以维持节目不开天窗；发行商 Lionsgate 影业和他们拥有的有线电视频道 Starz 也都分别传出确诊案例而关闭办公室。

接下来，2022年马上要开始的颁奖季也成为 Omicron 的冲击第一线。美国电影学会原订1月7日要举办的 AFI 大奖颁奖典礼已经紧急喊停；英国影艺学院的年度 BAFTA 茶会活动也宣布取消；加州的棕榈泉国际影展颁奖典礼同样喊卡；1月底的鹿特丹影展因为荷兰政府的新防疫政策宣布临时改成线上举办；1月10日马

上要开始的日舞影展虽然还没有任何异动的消息，但片商已经开始缩减参与影展的人数来降低风险。

如果眼前的这一记疫情回马枪可以定义成2021年欢乐大结局之后的片尾彩蛋，那么这个演职员表的时候才冒出来的新线索意味著：好莱坞刚刚费尽千辛万苦演了一场错过完全不会怎样的续集，而明年又将在新的变种反派故事线中重头来过。

于是搞了半天这个行业花了三年面对的原来是一部无限延伸的《今天暂时停止》（Groundhog Day）电影。

套用《今天暂时停止》中的故事逻辑，接下来的2022年我们必须得解的题目是：观众和电影从业人员是否真的从这些一次又一次的重复之中，学会了什么新技能？下一次面对新的变种反派，超级英雄们是否准备好了更坚不可摧的防弹衣来抵御？抑或者我们根本不应把所有的寄望都压宝在超级英雄身上？