

风物 深度

台湾电影虎年贺岁档票房大失利：IP大战中，得IP者却没得天下？

就算知道诸葛四郎这个IP，以时下视角来看，要如何突破、翻新原著里头过时的“中国框架”与隐隐的大中华式情感？



《妖果小学 - 水果奶奶的大秘密》剧照。图：网上图片

特约撰稿人 郑秉泓 | 2022-02-09

持续扩散的Omicron变种病毒令疫情升温，湿冷的天气雪上加霜阻断观众进戏院脚步，对于台湾电影来说这是非常严峻的一个农历年，景况可能没比2020年初肺炎开始肆虐全球时，疫情对当时《你的情歌》（全台票房新台币1937万）、《喜从天降》（363万）、《杀手捡到枪》（210万）三部贺岁档台片所造成的冲击好上多少。

2021年的台湾电影可谓跌跌撞撞，年初贺岁档虽有黑帮爱情片《角头—浪流连》票房破亿，其他贺岁片从拍摄预算及票房期待来看，从台湾少见的灵异科幻片《缉魂》、赛车动作《叱咤风云》、到曾以《谁先爱上他的》、《比悲伤更悲伤的故事》相继创下票房佳绩的两个团队各自推出的新作《我没有谈的那场恋爱》、《跟你老婆去旅行》，最终全国票房成绩皆未若预期理想。倒是在三月底四月初，翻拍韩国片的《当男人恋爱时》缔造全台票房四亿的傲人成绩，改编真人真事的励志音乐片《听见歌 再唱》亦如倒吃甘蔗创下大量企业社团包场纪录，若非五至七月因疫情严峻警戒升级导致影院关闭，本应有机会挑战票房破亿门槛。

年底金马奖季，《瀑布》和《美国女孩》两部夺奖热门片与过往文艺片票房相较算是维持平盘，同获多项金马提名的黑色喜剧《诡扯》票房表现亦是雷声大雨点小，幸而九把刀睽违已久的编导新作《月老》挥别《报告老师！怪怪怪怪物！》阴郁暴虐，重返他最拿手的青春言情路线并加上讨喜的奇幻设定，为这个曲折起伏的2021年写下同年度第三部破亿台片的傲人纪录。

票房失利不代表品质堪虞，这个春节档台片的平均水平，极可能是近十余年来整体品质最高的一年

主打台味浓厚的IP：得IP者未必得天下

综观过去十年，一年有三部以上台片票房破亿的纪录屈指可数，分别是2018年（《比悲伤更悲伤的故事》、《角头2：王者再起》和《花甲大人转男孩》）、2014年（《KANO》、《等一个人咖啡》和《大稻埕》）、2013年（《大尾鲈鳗》、《总舖师》和《看见台湾》）、2012年（《阵头》、《爱》、《犀利人妻最终回：幸福男·不难》和《痞子英雄首部曲：全面开战》）、2011年（《赛德克·巴莱上集：太阳旗》、《那些年，我们一起追的女孩》、《赛德克·巴莱下集：彩虹桥》和《鸡排英雄》）。从文学改编、卖座电影续集、闻名遐迩的真人真事，到畅销小说或高收视剧集电影化，主打浓厚台味的IP（intellectual property）电影，大抵总结了2010年以降台湾电影产业的商业模式。

只是，得IP者并不保证理所当然可以得到天下，毕竟一部电影的票房成功涵盖太多天时地利人和等因素，过去十年IP电影票房开发失败或票房惨败的例子更是比比皆是。

就以2022年的春节连假来说，即便台湾疫情与全球各地比较之下相形稳定，去年底上档的《蜘蛛人：无家日》（Spider-Man: No Way Home）及《金牌特务：金士曼起源》（The King's Man）甚至九把刀的《月老》仍持续热映（以上三部片都是IP电影）。但本文截稿之际，春节长假已至尾声，2022年贺岁档五部台片，除《我吃了那男孩一整年的早餐》票房表现一枝独秀，截至2月6日春节连假结束的全台票房累积数字为新台币3049.8万，其他四部台片的票房数字可谓惨不忍睹，全加起来只有它的三分之二。

2022新春:整体品质最高的一年

不过，票房失利不代表品质堪虞，这个春节档台片的平均水平，极可能是近十余年来整体品质最高的一年——如果我们回顾到2010年《艋舺》带领台片重返贺岁档，本土电影票房屡屡破亿，每年春节开始出现滥竽充数之作，2017年三位亿级导演进军春节连假（《52赫兹我爱你》、《健忘村》和《大钓哥》）却悉数落败，从而终结台湾电影连年笑傲贺岁档纪录。

从文学改编、卖座电影续集、闻名遐迩的真人真事，到畅销小说或高收视剧集电影化，主打浓厚台味的IP（intellectual property）电影，大抵总结了2010年以降台湾电影产业的商业模式。



《我吃了那男孩一整年的早餐》剧照。图：网上图片

2022年五部春节档台片的片型各异（注），虽然没有天王巨星或是昂贵特效，但制作水准皆在水准之上，其中除了迟至大年初一才上映的马来西亚导演池家庆执导的奇幻儿童片《嗨！神兽》是原创题材，其他四部皆为IP电影。

《我吃了那男孩一整年的早餐》改编自广受年轻人喜爱的台湾最大匿名交流平台Dcard论坛2015年轰动一时的真实故事（2016年曾出版同名小说）；提前一周起跑的《妖果小学 - 水果奶奶的大秘密》是以公视1998年制播至今近2500集长寿儿童节目《水果冰淇淋》主持人“水果奶奶”为主角所开发出来的长篇奇幻动画；《诸葛四郎 - 英雄的英雄》取材台湾漫画家叶宏甲于1958年《漫画大王》（之后改名为《漫画周刊》）开始连载的漫画作品（曾经三度影视化，1962年的台语电影《双雄大斗双假面》及1978年由武打女星上官灵凤巧扮诸葛四郎的《诸葛四郎大斗双假面》，1985年则由华视拍成连续剧《四郎与真平》）的长篇动画；至于《素还真》则是霹雳布袋戏走出企图转型的国语发音偶动漫电影《奇人密码 - 古罗布之谜》在2015年春节档惨败的阴影，为霹雳宇宙首席男主角素还真量身订造的起源之作。

惨绿青春，何以一枝独秀？

在此先将原创题材的《嗨！神兽》放在一边，单就四部国产IP电影来看，诸葛四郎这个IP最老，距离角色被创造出来已经过了一甲子，当年的观众都已经当上祖父母；素还真次之，自1988问世至今已三十而立，连水果奶奶都过了二十年，只有“我吃了那男孩一整年的早餐”比较年轻，2015年追过Dcard讨论串的读者，现在应该仍处于二三十岁这个消费主力年龄层。

这部对准年轻观众的校园爱情片在春节档夺得票房第一并不让人意外，第一次当电影男主角的周兴哲有流量有号召力，与他对手戏的李沐有火花有CP感，制作团队深怕这个由讨论串发展出来的爱情故事过于单薄，煞费苦心邀集三部高收视夯剧《孤味》、《我的婆婆怎么那么可爱》跟《大债时代》六个要角来充当绿叶，将客串演出提升到另外一个情感层次，做法相当高明。

在惨绿青春时遥想成年三十后，是很多青春校园电影的起手式，不同的是《我吃了那男孩一整年的早餐》却是定锚燥热不安的当下青春，就连片中扑朔迷离的校园恋爱连连看都被杜政哲处理得宛如微型版本的《十六个夏天》。



《嗨！神兽》剧照。图：网上图片

大抵而论，《我吃了那男孩一整年的早餐》称不上多么杰出，它虽没有超越《那些年，我们一起追的女孩》、《我的少女时代》校园爱情片高标，但不至于像一个月前上映的《一杯热奶茶的等待》从情节到对白充满不合时宜的尴尬，年轻演员表现也比《热奶茶》整齐。《我吃了那男孩一整年的早餐》票房奏效，一方面它有抓到年轻观众的心，一方面则该归功于首次执导演筒的资深编剧杜政哲。杜政哲编剧的时代悬疑剧《华灯初上》尚在Netflix热播，2014年造成讨论热潮的金钟奖最佳连续剧《十六个夏天》他亦是编剧之一，《我吃了那男孩一整年的早餐》片中有和十五年后的自己对话的情节，此点正是《十六个夏天》中心思想。

在惨绿青春时遥想成年三十后，是很多青春校园电影的起手式，不同的是《那些年》和《少女时代》甚至《十六个夏天》都是从三十中年遥想十六七的曾经青春，《我吃了那男孩一整年的早餐》却是定锚燥热不安的当下青春，就连片中扑朔迷离的校园恋爱连连看都被杜政哲处理得宛如微型版本的《十六个夏天》，他聪明地利用自己熟悉的编剧模式，将这个始于Dcard讨论区的小品整理成一个清澈灵巧的爱情故事。这部片能在春节档拔得头筹，并非IP最年轻，而是选角成功、而且编导找到一个大家都能接受的说故事方式。

2022年春节档期的台湾电影



片名	上映时期	拍摄预算 (新台币)	全台票房 (新台币)	IP问世 时间
----	------	---------------	---------------	------------

*截至2.06

妖果小学—
水果奶奶的
大秘密

2022.1.21

3000万

待补

1998

素还真

2022.1.28

1亿

1577.6万

1988

诸葛四郎—
英雄的英雄

2022.1.28

5000万

139.8万

1958

我吃了那男孩
一整年的早餐

2022.1.28

5000万

3049.9万

2015

嗨！神兽

2022.2.01

8000万

121.7万

原创

票房数字来源：台北票房观测站



端传媒
Initium Media

加入原住民妖怪元素也失利？

制作团队虽然诚意十足结合原住民妖怪文化，但历史背景和寓言神话的基础建构仍嫌薄弱，简而言之就是底蕴不足，以致无法像《怪兽电力公司》等皮克斯动画或日本惯见的妖怪动画那般做到老少咸宜。

其实IP老或年轻都没关系，漫威宇宙和许多迪士尼经典动画早过了半世纪，关键在于影视化要从哪个角度

切入去发展故事、目标观众客层为何。以儿教节目《水果冰淇淋》来看，将水果奶奶这个主持人独立出来发展番外的动画长片，所采取的策略便是沿用儿童节目长期建立的人设去发展一个独立于节目之外的冒险故事，跟很多受欢迎的动画角色其短篇连续剧集和长篇剧场版除了主配角人设不变，其他无论叙事模式或者宇宙观设计完全是两回事的做法大抵相去不远。

公共电视为将节目角色IP的影像力发挥到最大，把水果奶奶和台湾原住民族妖怪元素融合起来，不仅制作长篇动画，还授权开发游戏，Switch多人体感游戏《台湾妖果：序章》数位版已在任天堂eShop贩售。

就电影成果来说，《妖果小学－水果奶奶的大秘密》动画技术不错，故事说得浅显易懂，对于八岁以下儿童有其吸引力，不过这既是优点却也是它的局限。“妖果小学”这个延伸IP的内容设定，对于国高中生和成年观众实在过于幼稚，与原始IP“水果冰淇淋”的品牌区隔亦不够明确，没能打造出一个讨儿童喜欢、大人观众也能够受到吸引进而产生好奇心去欣赏认识的世界观，制作团队虽然诚意十足结合原住民妖怪文化，但历史背景和寓言神话的基础建构仍嫌薄弱，简而言之就是底蕴不足，以致无法像《怪兽电力公司》（Monsters, Inc.）等皮克斯动画或日本惯见的妖怪动画那般做到老少咸宜。再说，即使连皮克斯自己都因疫情搅局，只得将新作连番转为院线串流同步（足见疫情对于家庭片票房的杀伤力之大），一旦“被动消费意愿”（成人陪小孩进戏院）受到日渐升温的疫情影响，《妖果小学－水果奶奶的大秘密》的票房失利自是意料中事。

在此必须肯定公视发展本土动画IP的苦心诚意，但是如何在预设幼儿观众之外开拓出新的客群，为本土原创动画领域这片荒土提出令人眼睛为之一亮的视觉奇观与美学论述，甚至深化它的文化历史背景论述，公视接下来《勇者动画系列》和儿童科普动画《欧米天空》的IP开发，理当此为鉴。





《诸葛四郎 - 英雄的英雄》剧照。图：网上图片

今天的观众还会喜欢诸葛四郎？

就算知道这个IP，以时下视角来看，要如何突破、翻新原著里头过时的“中国框架”与隐隐的大中华式情感？

和《妖果小学 - 水果奶奶的大秘密》同样不敌疫情而失利于票房的还有《诸葛四郎 - 英雄的英雄》，其故事不似《妖果小学》只锁定幼儿，《诸葛四郎》长篇动画的幕后推手是原著作者叶宏甲之子叶佳龙。他和两位导演林于竣、刘育树努力将这个年代久远的IP年轻化，采用纸风车剧团自2017年演出至今累积35场6万多观赏人次的舞台剧本翻拍成电影。

他们在保有原创复古画风和加入当前动漫造型潮流中找到一个讨喜的平衡：有热血刺激的少年冒险加上悬疑趣味的黑色推理，电影的背后除有白色恐怖时代无数读者透过探险武侠、英雄任务寄寓梦想追求的动人情怀和深情致敬，更象征著一个深爱父亲（叶宏甲）的儿子（叶佳龙）对于父亲因漫画而遭受苦难际遇（因创作讽刺时事的漫画而被关十个月）的不平则鸣。片中对于种种威权、父权的勇敢质疑（电影中两条父子/女关系乃全片亮点），随处可见编导融入21世纪各种平权意识的细腻巧思，这部《诸葛四郎 - 英雄的英雄》堪称转型正义的热血实践。

可惜的是，纸风车剧团的六万多观赏人次并没有成功转化为电影院购票人次，除了疫情影响之外，这部长篇动画所面临的真正困境在于，它不能只卖情怀，同时必须卖动漫迷、卖家庭观众，偏偏除了买帐情怀的中高年龄层目标客群及部分家庭观众，还有很多国片迷、动漫迷对于诸葛四郎这个名字一无所知，对于这个古意盎然的片名提不起兴趣好好接触认识一番。

诸葛四郎这个IP如果要继续发展，首要任务便是让更多喜欢《鬼灭之刃》、《咒术回战》的观众对这个名字产生好奇发展出“感觉”，而这绝对不是短短两三个月行销期内就可以达成的事情。在武侠片式微、全台漫画店逐渐绝迹的2022年，在纸风车剧团2017年重新启动“诸葛四郎”这个IP把它改编成舞台剧之前，还有多少台湾人记得或认识这个年代久远的IP？还有谁愿意花上半小时翻翻看漫画，好好认识这个角色与它背后创作者的时代悲剧？

就算知道这个IP，以时下视角来看，要如何突破、翻新原著里头过时的“中国框架”与隐隐的大中华式情感？我相信《诸葛四郎－英雄的英雄》制作团队想必是有意识到上述局限，所以才试著放入两性平权信息以让年轻观众有感，但这真的还不够，必须要让21世纪的台湾观众对故事里头身在虚构国度“卫国”的英雄侠客做出情感连结，必须让他们理解并对诸葛四郎的世界观产生兴趣，这是条漫漫长路。也许先申请一笔经费去发展短篇动画剧集，重新经营观众？在漫威宇宙、迪士尼皮克斯和日本知名动漫大军压境之下，唯有诱发当代年轻观众对诸葛四郎的情感认同，让这个IP慢慢摆脱时代情怀，这才是真正活化IP，诸葛四郎才有重生之日。



《素还真》剧照。图：网上图片

布袋戏师法漫威：霹雳宇宙该有的格局呢？

作为霹雳英雄电影的第一步，《素还真》任重而道远，它要背负多少本土传统、开创多少新意，才足以召唤死忠戏迷和异温层关上Disney+或Netflix走进戏院？

前两段对于“诸葛四郎”破除情怀框架活化IP的讨论，很适合与霹雳布袋戏第三部电影《素还真》互为参照。走出国语发音革新未果的奇幻历史偶动漫《奇人密码－古罗布之谜》六年前的惨败创痛，霹雳布袋戏重返台语发音的招牌架空玄幻路线，师法漫威英雄电影叙事模式，降低布袋戏的传统元素，以吸引异温层年轻观众为目标，戮力打造霹雳一哥素还真这支IP。

迥异于2000年贺岁片《圣石传说》斥资3亿新台币（全台票房1.5亿）、2015年贺岁片《奇人密码》耗费3.5亿新台币（全台票房2000万），这回霹雳布袋戏三度进军春节档，相较以往更是亦步亦趋小心谨慎。

《素还真》制作含宣发是一亿新台币，乃今年春节档本土电影最大制作，虽然与以往霹雳电影作品相较没有那么厚金重本，但电影规格和视觉表现并未因此降低，除了动作场面与电脑特效诚意做足，更与日本特摄团队携手共同打造巨兽“麒麟双兽”，结盟台北科大、纺织产业综合研究所三方合作研究“黄金鱼”营造更细致的水中视觉呈现，就连片中众人觊觎的稀世珍宝《五方天鉴》和《无穷天书》都邀请琉璃工坊首度跨足电影，由创办人杨惠姗亲自设计，细节处处充满亮点。

对于不熟悉霹雳布袋戏的观众来说，有奇观有效点也有温情的《素还真》是一个浅显易懂的通道入口，对于霹雳宇宙突破同温层应当有所助益。不过对老戏迷同温层或是要求严苛的影评如我，《素还真》顶多算是校正回归2015年《奇人密码》的错走歧路，这个英雄首部曲迈出的步伐不够大，以致于明明是“正剧”第一发却把自己缩小得像是番外篇，霹雳宇宙该有的视野格局并没有出来，无论素还真人设还是其他绿叶角色的刻画皆流于刻板浅薄（戏份较重的八趾麒麟和禹欢尤其如此）。

这点与《奇人密码》相比还不明显，但是和22年前的《圣石传说》对照，高低胜负便很明显了。骨皮先生的心机算尽、剑如冰的伤心欲绝、傲笑红尘凝水成冰的超然决绝、素还真义弟青阳子的壮烈牺牲，戏偶无法做出丰富的表情变化，但是神乎其技的操偶技巧配上八音才子黄文择的声音演绎，令上述角色的关键时刻即便二十年后依旧历历在目。反之，《素还真》师法漫威英雄电影的“爆米花特性”，观众或许可以被眼前的幽默紧张或者热闹惊险的感官刺激给短暂迷惑，但是看完很快就会忘记，即便素还真使出经典绝招“一人三化”，也没能将视觉奇观再上一层楼提升到另一种情感层次的突破。

传统布袋戏的大环境严峻，戏迷因为时代变迁逐渐流失，上个世纪末霹雳布袋戏成功转型，从电视布袋戏跃升成本土文创王国，在串流当道的2022年，霹雳布袋戏又面临另一个转型关口。作为霹雳英雄电影的第一步，《素还真》任重而道远，它要背负多少本土传统、开创多少新意，才足以召唤死忠戏迷和异温层关上Disney+或Netflix走进戏院？从春节票房表现看来票房，应当难以回本（目标新台币两亿票房，目前未达两千万）的情况下，暂撇疫情因素不论，后续霹雳英雄电影要如何调整策略？这是一个非常困难的任務，但并非不可能，毕竟霹雳宇宙与水果冰淇淋、诸葛四郎世界观相较，不仅更本土更原创，也有更深厚的历史论述及文化底蕴，况且屡屡技术革新的成效极佳，再多走几步路说不定就会柳暗花明。

