

《海洋奇缘2》《魔法坏女巫》接连上映 ——

“小姐电影”能走多远

“非主流”的《魔法坏女巫》被改编成电影，成为一个主流的大众娱乐产品，上映两周全球票房累计3.6亿美元。《海洋奇缘2》在中国的票房低于预期，上映十天票房尚未过亿。《魔法坏女巫》直接“水土不服”，首周末票房仅800万元。但是对当下的好莱坞产业而言，这是两部扭转乾坤的电影。这两部“小姐电影”是让好莱坞看到希望的“神奇少女”。

莫阿娜点亮迪士尼

7月以来，电影行业流传着这个段子：“死侍”是漫威的救世主，也是好莱坞的救世主。暑期档结束时，今年好莱坞票房成绩最好的两部电影分别是16亿美元的《头脑特工队2》和14亿美元的《死侍与金刚狼》。

真正提振了市场信心的是《海洋奇缘2》，影片的全球首周末票房是3.86亿美元，这是今年仅次于《死侍与金刚狼》的首映票房数据。迪士尼原计划只在线上放映这部续集，影片的音乐词曲和编导班底逊于第一部，歌舞场面和主题曲并不能提供新的记忆点。今年2月，迪士尼依据《海洋奇缘》过去5年的线上放映数据，以放手一搏的心态把《海洋奇缘2》调整为线下公映，市场现实验证，来自南太平洋的少女莫阿娜的观众号召力超乎迪士尼的想象。过去的一年，度过百岁的迪士尼影业承受诸多失望和失败，原创动画《奇异世界》和《星愿》悄无声息，从大IP中衍生的《惊奇队长2》和《光年传奇》乏善可陈，而归来的“莫阿娜”即便不如八年前风光，仍然把黯淡的迪士尼魔法城堡重新点亮了。



Disney Moana 2 ONLY IN THEATERS NOVEMBER 27



粉丝撑起好莱坞

9月初，尼可·基德曼、安吉丽娜·朱莉、丹尼尔·克雷格的新片在威尼斯影展引发讨论时，有一道失落的声音指出，这些电影没有一部能在北美地区公映时进入大众视线，“明星演员+精良制作”不再是电影市场的有效筹码。对照暑期档最成功的《死侍与金刚狼》和《头脑特工队2》，电影产业的明星制正在让位给粉丝经济，好莱坞的暑期档是依靠漫威动漫/真人电影和皮克斯动画的忠实粉丝撑起的。

秋冬颁奖季面临一个严峻的问题：没有粉丝基础的、完全原创的电影能获得巨大的商业成功，并触发公共讨论吗？

答案大概率是否定的。

《魔法坏女巫》/《海洋奇缘2》这两部票房有希望追上《死侍与金刚狼》和《头脑特工队2》的电影，同属“粉丝电影”的类型。《魔法坏女巫》从《绿野仙踪》衍生而来，后者在英语地区的地位堪比华语地区的《西游记》。《魔法坏女巫》的原作小说偏于阴郁的成年向，作者颠覆了《绿野仙踪》的设定，奥兹国是“少数骗子操控多数庸众”的绝望之地，觉醒的女孩被权力者的话语构造成“坏女巫”。音乐剧在改编时淡化了小说的政治隐喻，重回绿野仙踪的童话频道，“魔法坏女巫”艾美芭是多蕾西的另一种版本，她的历险遭遇更多阴霾，但被误解的女孩终将看清自我，获得圆满的结局。

《海洋奇缘》也是一部类似拥有庞大“群众基础”的当代童话。迪士尼的这组数据能让人感受《海洋奇缘》在北美地区日常生活中的渗透：影片首映于2016年，在2023年，这部上映7年的“老片”是全美流媒体播放量最多的电影；迪士尼+频道播放量前十的影片里，拍摄于2020年之前的仅有《冰雪奇缘》和《海洋奇缘》；在2020、2021和2022年，《海洋奇缘》在迪士尼流媒体平台的点播量始终排在前四；2020年以后，《海洋奇缘》是迪士尼合家欢影片中点播次数和观看人次最多的一部。

话题引爆社交圈

《魔法坏女巫》和《海洋奇缘2》这两部“小姐电影”明显不同于暑期档的漫威电影和皮克斯动画，她们从最初的粉丝狂欢，迅速演变成扩散到粉丝圈层之外的“话题电影”。

《海洋奇缘2》方方面面原样复制了《海洋奇缘》，包括后者的成功轨迹。8年来，文化研究学者不断地探讨“为什么莫阿娜成为风靡全世界的现象”，答案归为两点：其一是她出现在恰好时机，现实世界里的女性候选人竞选输给年长的男性时，迪士尼的少女童话想象世界的另一种可能，一个不完美的女孩拯救了她的族人和文化；其二，影片呈现了长久被西方主流娱乐所漠视的南太平洋文化，对少数族裔历史文化的关注是正确的创作姿态，也为大部分观众制造新鲜的视听体验。

音乐剧《魔法坏女巫》被改编成电影，成为一个主流的大众娱乐产品，讽刺的一幕发生了，社交网络上声称“反对主流”的账号疯狂攻击这部电影“集合了主流所热衷表演的正确姿态”。导演朱浩伟基于自己亚裔身份的经历，利用童话设定隐喻少数群体遭受的隔阂和歧视，这被攻击。扮演艾美芭的辛西娅·埃里沃是格莱美奖、托尼奖和艾美奖得主，她的唱功完全匹配一部音乐剧电影的女主角，但因为她的肤色和情感取向，这也被攻击。女性拥有超能力的情节被攻击，女性被歧视的情节也被攻击。音乐剧粉丝在影院里跟唱，被攻击，观众希望安静地看电影，也被攻击……《魔法坏女巫》点燃了好莱坞的年末票房，也引爆了社交网络的骂战，《海洋奇缘2》提供的幻想，在《魔法坏女巫》的现实前破碎——连爆米花电影都不能让价值对立的阵营暂时和解。

(本报综合)

微短剧要少些铜臭气

○ 周磊

视频和普通剧集之间，节奏快、反转多，被当代年轻人称为“电子榨菜”。作为新兴业态的微短剧，近年来展现出巨大的发展潜力，但眼下仍处于野蛮生长阶段。拔除杂草，施肥浇水，让微短剧生长在健康的土壤上，输出更有品质、有营养、有价值的内容，必且要迫切。

从家长里短、婆媳纷争，到重生复仇、豪门娇妻，微短剧往往借助一个接一个的狗血“爆点”留住观众的目光。

在产量剧增的微短剧集中，充斥着夸张的情节、生硬的故事转折和粗糙的后期制作，内容低俗、粗制滥造让人直呼“毁三观”。

微短剧也是文艺创作的组成部分，承担着丰富群众精神文化生活的重任。被流量牵着鼻子走，不管社会效益如何，既不符合文艺创作的出发点和落脚点，也不可能沉淀为经得起时间和人心检视的精品。

正如一位导演所言，精品创作不仅

要提供情绪价值，还要追求深远的情感价值。无论是什么样的文艺作品，最终都应该让受众萌发向上向善的力量。

文艺要通俗，但决不能庸俗、低俗、媚俗。文艺要效益，但决不能沾染铜臭气。观照当下的文艺创作现实，下架违规微短剧，不是要对这条新赛道全盘否定，而是要适时剪掉“歪枝斜杈”，让其保持生长活力。未来无论这个行业如何洗牌，那些关注现实、雅俗共赏的作品，总会令人眼前一亮。

《哪吒之魔童闹海》宣布定档 大年初一浴火归来



电影《哪吒之魔童闹海》宣布定档，将于2025年大年初一正式公映。影片由饺子执导，是50亿元票房电影《哪吒之魔童降世》原班人马打造的系列续作。

在这一部中，天劫之后，哪吒、敖丙的灵魂虽保住了，但肉身很快会魂飞魄散。太乙真人打算用七色宝莲给二人重塑肉身。但是在重塑肉身的过程中却遇到重重困难，哪吒、敖丙的命运将走向何方？定档海报中，哪吒浴火归来，闹海之战一触即发。片方透露，相较第一部，《哪吒之魔童闹海》凝聚了原班人马五年心血，故事和制作都将进一步升级，是一部“为大银幕而生”的作品。

(本报综合)

咸安区大幕乡加强农村集体“三资”管理

本报讯 通讯员舒祥伟、陈兵权、从智报道：为进一步规范农村集体资金资产管理，实行统一编码规则，近日，咸安区大幕乡财政所召开专题会议，部署农村集体“三资”清产核资工作。

该乡全面清查村级、组级资源资产，

根据统一资源资产编码规则，采用“一物一编码”，辅以图像信息录入农村集体“三资”管理系统。规范产权交易，依托湖北数字农经平台中的“农村集体‘三资’监管系统”“农村综合产权交易系统”，建立区级农村集体资产运营“数字管理+动态监

管+全域覆盖”的智慧监管体系。大幕乡还与自然资源、水利湖泊、农业农村等部门对接，获取国土“三调”、宅基地权属数据和矢量、二轮延包成果等大量的相关数据，确保工作结果真实准确、科学有效。

农发行崇阳县支行多措并举 开展新《会计法》学习活动

本报讯 通讯员艾也报道：为深入学习贯彻《中华人民共和国会计法》（以下简称《会计法》），进一步提升财务管理水

平，推动支行财会工作高质量发展，近日，农发行崇阳县支行开展了新《会计法》学习宣传活动。

该行采取了多种方式开展新《会计法》的学习，确保学习入脑入心。组织员工观看总行举办的新《会计法》专题讲座，并参加新《会计法》知识竞赛活

动。组织支行员工开展专题学习，对新《会计法》进行全方位、多层次的精细解读，使员工们对新会计法有了更深刻的理解和认识。同时要求财务人员通过自学、线上网络学习等方式进一步加强学习。

此外，该行还开展新《会计法》主题

征文及经验交流活动，要求支行财会人员围绕新《会计法》和自身工作经验撰写征文。并要求员工结合日常财会工作中

的具体实践对学习中的疑点难点进行分析和讨论，查找存在的问题和不足并进行改进，确保各项业务均符合新《会计法》要求。

通过此次学习活动，不仅提升了员工的专业水平和法律意识，也进一步强化了支行的风险管理机制。下一步，该行将持续深入学习财经法律法规，切实提升财务人员职业素养和合规意识，助力全行业务高质量发展。

此外，该行还开展新《会计法》主题

征文及经验交流活动，要求支行财会人员围绕新《会计法》和自身工作经验撰写