责编 陶凤 实习编辑 赵天舒 美编 张彬 责校 池红云 电话:64101897 lyzx0405@126.com

章子怡催热《上阳赋》 电影咖牵手电视剧风起

头一天定档,第二天便开播,电视剧《上阳赋》成为上周末剧集市场的焦点,据灯塔专业版显示,截至1月10日,该剧连续两天均位居灯塔热度排行榜剧集类首位。而《上阳赋》引起各方广泛关注的原因不只是因为较快的排播节奏,或是由小说改编而成的背景,更与该剧是演员章子怡从银幕转向荧屏,首次在电视剧作品中亮相密不可分。近年来,电影咖纷纷迈向电视剧,包括周迅、汤唯等演员此前也已出演多部电视剧,随着此次章子怡献出了自己的电视剧首秀,电影咖牵手电视剧的浪潮也随之再次升温。

《上阳赋》播出热度情况

	当日热度	排名
1月9日	965552	第一位
1月10日截至20时	913109	第一位

(数据来源:灯塔专业版)

从银幕走向荧屏

常在电影银幕中出现的身影,如今却登上了荧屏。1月9日《上阳赋》正式开播,而该剧的领衔主演便是人们通过众多电影所认识的章子怡。

公开资料显示《上阳赋》根据寐语者的小说《帝王业》改编,由导演侯咏、程源海执导,章子怡领衔主演,周一围、于和伟、左小青、杨▮宁、隋源、史可、刘端端、袁弘、赵雅芝、惠英红、郭家铭等联袂主演。2021年1月7日,该剧首次曝光了海报和预告,随后在1月8日宣布于1月9日开播。

自开播以来《上阳赋》便在全网获得较高的热度。据灯塔专业版显示,1月9日首播当日《上阳赋》便已在灯塔热度排行榜剧集类上位居首位,随后在1月10日截至17时,该剧依旧处于榜单第一位,超过了《巡回检察组》《大江大河2》《流金岁月》等作品。与此同时,在微博平台上,话题"上阳赋"的阅读量已达到4.5亿次,而在话题底下的评论中,章子怡首次在电视剧的亮相则引发了网友的热议。

章子怡并不是近年来唯一一位从银幕走向荧屏的演员。近年来,周迅、汤唯、秦昊等因多部电影而为人熟知的演员,同样也在电视剧中频频献身,出演了《红高粱》《如懿传》《大明风华》《隐秘的角落》等电视剧。而以上作品播出之时,无论是演员还是作品,均在当时获得较高的关注度,且包括《隐秘的角落》《如懿传》在内的作品,均成为开播当年的爆款电视剧作品。在电视评论人孙禹看来,这也反映出了电影咖亮相荧屏的原因之一,剧方与演员均需要更多尝试来拓展自己所面对的市场。

各有所需拓展市场资源

从《上阳赋》过往的宣传资料中可以发现,"打造电影级制作水准"曾是该剧的一个宣传亮点。2017年,该剧宣布正式启动之时,剧方曾表示,"将会起用华语影坛最顶尖的演员,并参照华语顶级电影的制作水准着力打造出一部华语电视剧里最具品质的'剧王'"。

而随着由章子怡出演的消息正式确定并公开后,由于《上阳赋》是章子怡首次出演的电视剧,这便成为迅速抓住观众视线、增加记忆的要点,在未播阶段不时便会有网友发文,"章子怡出演的电视剧什么时候开播?"

"电视剧市场每年上万集的产量可见竞争的激烈程度,因此剧方需要用作品和演员的亮点持续吸引观众以拓展市场。"在孙禹看来,当下的观众通过自身观看影视作品以及在市场的引导下,电影级制作标准的描述往往会令观众对作品产生好奇甚至是一些信任感,而以电影为主、较少涉足电视剧的演员,在首次出演电视剧时也会自然而然地带动观众的好奇心,这能为相关作品带来较大的流量。

与此同时,向电视剧转战的演员们,也通过出演更多剧集来开拓自己的市场资源。其中,演员秦昊曾在接受采访时透露,正因为接了这些剧集后,发现找自己出演的戏和剧更多了,并且有一些是以前自己没机会演的。

而值得注意的是,与此前《如懿传》《大明风华》等作品相比,此次章子怡出演《上阳赋》不只是出演剧中的主要角色,也在资本层面上有了连接的纽带。

公开资料显示《上阳赋》的出品方包括喀什飞宝文化传媒有限公司、浙江天猫技术有限公司、北京完美影视传媒有限公司、霍尔果斯上象影视文化有限公司、北京娱乐宝影视传媒有限公司、极客影业(上海)有限公司、喀什华录百纳影视有限公司。另据天眼查的资料显示,喀什飞宝文化传媒有限公司由上海飞宝文化传媒有限公司100%控股,而章子怡正是后者的股东之一,持有9.35%的股份。

影视传媒行业分析师曾荣认为,优质剧本是市场上所稀缺的,同时演员也需要通过更多作品来展现自己并获得更多市场,因此拓展作品类型成为打破局限的方式之一,而通过资本层面的连接也能加深自身与作品以及市场的紧密度。

创作标准差异造就反馈不一

在知乎平台上,一个"作为演员,演电影和演电视剧有什么不同?"的问题正受到更多人的关注,而随着当下电影咖牵手电视剧愈发频繁,更多人相继发出了同样的疑问。

凭借电影《地久天长》获得第69届柏林国际电影节最佳女演员奖、成为中国内地首位柏林影后的演员咏梅,曾在知乎上回答过该问题,并称:"电影和电视剧的区别,在我看来其实是电视剧更面向于普罗大众,更通俗。电影相对更严谨,可以表达更深刻、深入的东西。我觉得对于演员来说,演电影和电视剧最大的不同是,演电影需要准备的时间长得多。在演电影的时候,如果演员的状态还不够,或者没有饱满表达的情况下,戏是不能过的,但在拍电视剧的时候,宽容度可能更高一些"。

不可否认的是,电视剧与电影虽同属影视作品,但在创作过程中仍存在着不同,这也令电影咖出演的电视剧作品往往会出现不一的市场反馈。

以《如懿传》为例,据灯塔专业版显示,该剧的累计播放量已达到约55亿次,然而该剧的口碑评价却褒贬不一,尤其是在演员层面,部分观众在认可周迅的同时,也有一部分观众认为周迅的表演与该作品未能实现更好地融合。除此以外,汤唯在出演《大明风华》之时,同样也面临着口碑争议。

影评人刘贺认为,电影与电视剧在创作上的不同,对演员也会有不同的标准和要求,演员在转变之时也需要随之进行调整,以更符合电视剧的方式高质量地完成表演,若无法较好地达成匹配,便会容易引起观众及市场的争议,无法实现预期效果。

北京商报记者 卢扬 郑蕊

ZARA姊妹品牌大撤离 快时尚败在了"快"?

ZARA在中国市场可能要"孤军奋战"了。1月8日,有媒体报道称,ZARA母公司Inditex确定将关闭旗下Bershka、Pull&Bear和Stradivarius三个品牌在中国的所有实体门店,且预计所有关店工作将在2021年年中前完成。快时尚火遍大江南北的盛况早已成了过眼云烟,极为类似的产品定位加快其没落,随着国潮、明星品牌、代工品牌、奢侈品联名款应接不暇地出现,取代快时尚品牌只是时间的问题。

信息显示,Inditex集团计划把旗下Bershka、Pull&Bear及Stradivirus的所有中国门店于本月底全部关闭,仅保留官网、天猫旗舰店等电商渠道。针对关店以及电商渠道的布局,Inditex向北京商报记者回应称,Inditex旗下的年轻品牌将着力加强其电子商务的发展,将通过运用直播、微信小程序等社交平台以及线上店铺,这些针对年轻受众品牌的电商业务实现成倍增长。

ZARA的三个姊妹品牌正加紧撤离中国市场,除了已经紧闭大门的门店外,还有众多正加紧打折清货。北京商报记者走访了位于北京市朝阳区的多个Bershka、Pull&Bear及Stradivirus门店。其中位于长楹天街购物中心的Stradivirus门店已于2020年12月中旬撤店,NIO蔚来品牌即将入驻该位置。邻店员工告诉北京商报记者,Stradivirus在撤店前进行了4-7折的大甩卖活动。同样曾位于长楹天街购物中心的Bershka也已"人去楼空",现处于空置阶段。

不过,尚有业绩较好的门店看起来一切正常。位于悠唐购物中心的Bershka店铺依旧在正常运营,也并未进行打折促销等活动。该店店长称:"我们暂时还没有收到撤店通知。关于撤店问题和不同店铺的销售情况也是有关的,这家店的销售业绩一向比较好,尤其是近期。"

虽个别店铺业绩良好,但Inditex集团整体的亏损问题仍十分显著。据Inditex集团公布的2020年上半年财报显示,2020年上半年净亏损达1.95亿欧元(约合人民币15亿元),同时财报中也透露,Inditex集团已开始进入调整关店阶段。

凭借一个"快"字,快时尚短时间内在中国市场风生水起,各大商场的临街店铺多有快时尚品牌的身影,电商也一度以能引入快时尚为傲。现如今,同样是因为一个"快"字,让快时尚将刀锋对准了自己,昔日的辉煌多少成了过眼云烟。到底是什么让快时尚品牌没落得如此之快呢?

"ZARA是Inditex集团在中国市场做得最知名的品牌。但其实喜欢ZARA的消费群体和这三家即将撤出中国市场的品牌是极其相似的,在快时尚行业走下坡路的同时,Bershka等同类品牌却并无其他亮点,那么在中国市场是没有竞争力的,关店也是正常选择。"可持续时尚中国联盟创始人杨大筠表示。

北京商报记者在店铺中看到,大部分的服装风格、价位、消费人群都十分相似,均价也都在200元左右。过分相似的定位,在帮助Inditex集团快速提升中国市场占比的同时,也早早出现了左右手互搏的尴尬局面。

另一方面,随着人们消费需求的不断转变,快时尚品牌的吸引力在逐渐下降,其过分求快的经验方式难以为继。从门店数量上看,近两年我国快时尚新增门店数量呈下降趋势。据不完全统计,2019年,包括H&M、ZARA、优衣库、MJstyle、无印良品、UR、C&A、GAP在内的8个快时尚品牌在内地共新增218家门店(不含升级重装门店),创历史新低。

公开数据显示,2020年上半年,包括H&M、优衣库、无印良品、UR、C&A、GAP在内的6个快时尚品牌在内地仅新增33家门店,新店数量同比上年直接腰斩,而ZARA、MJstyle暂未监测到拓展动态。

同时,受直播带货、消费升级趋势的影响,快时尚在中国市场的扩张步伐一直在放缓。2018-2019年是海外快时尚品牌在中国市场发展的分水岭。H&M和GAP在中国的业务出现明显下滑,2018年全年销售分别减少3.0%和18.2%,ZARA母公司Inditex的销售增速也开始放缓至9.2%,英国高街品牌TOPSHOP和New Look在2018年宣布撤出中国,Forever21在2019年4月宣布退出中国。

而2020年疫情的发生和全球经济环境的持续低迷更加剧了国际快时尚品牌的退出。2020年3月,GAP旗下Old Navy宣布正式退出中国内地市场,与ZARA定位相似的Esprit于5月底全面关闭中国市场门店。

快时尚品牌之间的较量仅仅是促使其没落的原因之一,新崛起的国潮、奢侈品联名等诸多新兴起的品牌,更是加速了快时尚品牌的出局。举例来讲,LV联名Supreme、Gucci联名TNF,年轻消费者并非主要目标客群的奢侈品近年来频频与潮牌进行合作,吸引了不少年轻消费者的目光。

《百度国潮大数据》显示,2009国产服装品牌的标签为"复兴计划""代工""促销""耐穿耐用"等,时隔11年,国产服装品牌标签已成为了"国潮""出口""原创设计""盈利提升"等。

李宁、GXG、波司登等国潮品牌在电商平台的助力下,也愈发受到消费者的追捧。据李宁有限公司发布的2020年中报,其电商渠道销售收入占比27%,同比上涨5.3%;2020年中报业绩显示,收入46.82亿元,同比增5.19%,归母净利润4.86亿元,同比增41.84%,净利润增长超预期。

杨大筠指出:"优衣库、无印良品等IP属性更强的品牌对Bershka这类品牌的冲击巨大,并且随着互联网消费的兴起,消费者的选择范围更广了,网红、国潮给消费者提供了更多高性价比的选择"。

另外,杨大筠认为:"快时尚模式近年来受到消费者抵制。快时尚让全球普通消费者每人拥有衣服的数量增长了6倍,他们多强调消费者要买得更多、更快,此举带来大量的浪费。此外,随着消费者对责任消费和环境保护意识的提高,这些都决定了快时尚行业的发展从成熟期逐渐进入到了反思期。"

尽管快时尚存在诸多争议,但功劳也不可被全部勾销:"多年前,快时尚在时尚行业里面异军独起,以独特的商业模式应对消费者的需求。"杨大筠强调:"在快时尚没有出现之前,传统的时尚行业做的是'推'的商业模式,提前把产品设计出来,通过大量的营销推广,把产品推销给消费者。快时尚用的是'拉'的模式,是根据消费者的需求整合供应链,做出快速的反应,并且来降低商品的周转周期并降低库存,实现高性价比的快速反应。"

北京商报记者 赵述评 蔺雨葳

航企发布多条航线客票退改政策

北京商报讯(记者 肖玮 杨卉)针对连日来疫情防控形势的不断变化,各航空公司纷纷迅速做出反应。1月10日,中联航、首都航空、祥鹏航空等多家航企发布航线客票退改政策。

以中联航为例,该公司表示,符合条件的国内客票,在2020年12月19日至航班计划起飞前4小时提交变更,可免费改期一次;符合本疫情退改政策,已收取的退票费或改期费允许补退。其他多家航企也相继发布了涉及北京、河北等地的退改新措施。

有专家表示,疫情防控常态化下灵活快速调整退改签政策的航司能较快获得消费者信任,增强用户黏度。与此同时,未来航空公司或可尝试加入更多技术元素,优化退改签的处理速度。

具体来看,中联航表示,在2021年1月5日24时前购买或换开的由中国联合航空822票证开具的国内客票,旅行日期为2021年1月17日(含)-2月28日(含)之间北京进出港、中国联合航空实际承运航班可在2020年12月19日至航班计划起飞前4小时提交变更,免费改期一次。退改方面,符合规定的客票可在2020年12月19日至航班计划起飞前4小时提交退票,免收退票费,已收取的退票费或改期费允许补退。

除了涉及北京进出港的航班,中联航还表示,在2021年1月4日24时前购买或换开的由中国联合航空822票证开具的国内客票,旅行日期为2021年1月4日(含)-18日(含)之间石家庄进出港(含经停)中国联合航空实际承运航班也可享受相应的退改政策。

其中,旅行日期在2021年1月4日-5日期间的,有效期内提交退票免收退票手续费;旅行日期在2021年1月6日-18日期间的,航班计划起飞前4小时提交退票,免收退票手续费。客票符合适用条件,已办理一次免费改期的客票,提交退票,按自愿退票相关规则办理。疫情政策2021年1月4日0时生效,4日起已收取的相关费用可办理申请补退。

北京商报记者整理发现,目前已经有春秋航空、祥鹏航空等多家航空公司发布了相关政策。其中,春秋航空就表示,凡在2021年1月6日(含)前购买的春秋航空(9C),行程涉及石家庄进出港且航班旅行日期为2021年1月6日(含)至2021年1月20日(含)的航班客票,在原客票航班起飞前提出变更申请,均可免费变更一次至2021年1月27日(含)之前相同航程航班。

符合上述适用范围的旅客客票,在航班起飞前取消预订座位,可在客票有效期内至原出票地办理免费退票,不收取退票费;已经办理自愿退票、自愿变更业务的客票,不再补退已收取的费用。同时,春秋航空还表示,受疫情影响,目前客服来电非常集中,建议乘客通过App在线客服咨询或办理。

祥鹏航空则提出,凡在2021年1月5日(含)之前已购买且乘机日期为2020年12月19日(含)至2021年2月28日(含)的北京进出港国内客票,在航班起飞前取消订座的情况下,均可免费退票,或可免费变更至非特殊日期段同航线、同舱位一次。

在民航高级经济师王疆民看来,随着疫情形势的不断变化,能够快速灵活调整退改签政策的航司会较快取得消费者信任,增强用户黏度并提升自身竞争力。在提供相应退改政策的同时,航空公司也需保证服务进度和质量。他进一步表示,疫情期间航空公司人工客服压力较大,企业或可对官网进行一些优化和改良,如设计专门的特殊情况退改签介绍及操作页面,进一步优化退改签的处理进度。消费者出行前也需仔细查看目的地防疫措施,严格遵守要求,安全出行。