



《黄金甲》 当选《时代周刊》 年度十大最佳电影

12月25日出版的最新一期《时代》周刊评出十大最佳电影,《满城尽带黄金甲》荣列其中。在这篇由Richard Corliss和Richard Schickel联合撰写的“十大电影”评论中,作者对《满城尽带黄金甲》给予盛赞。文章说:“这部张艺谋导演的电影华丽得令人惊叹!它看似功夫片,但其实是癫狂的情节剧。巩俐和周润发的表演,不顾一切,无与伦比,你能感受到,当两个魅力超群的高手过招时,那是一种精彩绝伦的较量。”

同时入选的其他九部电影还包括:由克林特·伊斯特伍德执导的《硫磺岛来信》;20世纪福克斯的喜剧《波拉特(Borat)》;马丁·斯科西斯执导的美国版《无间道》——《无间行者》;根据9·11真实事件改编的《93航班》;讲述戴安娜事件后伊丽莎白二世经历的《女王》;墨西哥电影《潘恩的迷宫》;罗伯特·德尼罗导演,马特·达蒙主演的《牧羊人》;Pixar的动画片《汽车总动员》和法国的《B13特区》。作者同时评论了年度最差电影,其中排名倒数第一的是:妮可·基德曼的《皮毛》。

新浪

满城尽沾『黄金』光

记得今年4月,《满城尽带黄金甲》在北京举行开机新闻发布会后的第二天,北京就遭遇了沙尘暴。有人说老谋子是乌鸦嘴,拍个电影招来了沙尘暴。8个月之后,影片面世了,“沙尘暴”又刮来了。不过,这次刮来的不是漫天黄沙,而是金灿灿的黄金!随着电影票房频创纪录,你瞧瞧身边,“黄金甲”牌防盗门、金色手机、黄金甲图书……满城尽沾“黄金”光。

商家争披“黄金甲”

记者在网输入“黄金甲”一词,竟然出现了1373种和它有关的商品。以淘宝网专售饰品的网上小店为例,电影上映没几天,就推出了24款首饰组成的“满城尽带黄金甲”系列。至于命名为“黄金甲”的其他各类商品,更是五花八门,比如金色手机、菊花砚台、穿金甲的玩偶挂件、金色藏式提包、绣有金色花朵的胸衣等。据了解,自“搭车”后,各产品销量普遍上涨。如“满城尽带黄金甲”系列饰品,虽然价格高于该店所售其他商品,但询价者众多,出货也明显快于其他系列商品。而“黄金甲”手提包,也荣登该网“热销产品榜首”。

搭便车卖商品之外,许多头脑灵活的人纷纷抢注“黄金甲”商标。记者昨天从北京一家商标事务所查询获悉,目前“黄金甲”已被申请注册成了17大类,44种商品的商标。注册的商品五花八门,大到汽车、摩托车,小到珠宝首饰、农用化肥、医疗器械,甚至假牙、手杖都包括其中。“我们注册这个商标是受到《满城尽带黄金甲》的启发。”将“黄金甲”申请注册成润滑油、绳索等商标的浙江某润滑油有限公司负责人说。随着影片在全球公映,相信商标的知名度会越来越大,这比自己投资做广告效果好多了。

另外,想借“黄金甲”发财的也大有人在。“黄金甲”全球同步上映当天,网上出现了一位邯郸网友的帖子,宣称自己已申请注册“黄金甲”的服装、酒类两大类商标,叫价10万元出售。而一位不愿透露姓名的商标投资人说,看着以前人们注册电影《甲方乙方》商标(服务类)、《天下无贼》商标(杀虫剂、防盗门)等都尝到了甜头,“黄金甲”这个叫起来响亮的名称,做商标一定很有意思,自己就抢先一步申请注册了。

满城弥漫丰胸热

在“黄金甲”中,包括女主角巩俐在内,几乎所有女性都穿着低胸宫廷服,展示着丰满的胸部。这强烈的“视觉冲击”没想到引来了另一种热潮——丰胸。不少整形美容医院趁此也抓住商机,搞起了“满城尽带丰胸热”。

江苏施尔美整形医院主任医师吕敏介绍,影片上映后,到该院咨询丰胸的人比此前多了近50%,丰胸手术也多了近三成。“赶上现在又是丰胸手术最适合的时候,换个角度看《黄金甲》是帮整形医院做了个丰胸广告,说不定再过段时间,丰胸手术就像双眼皮手术一样普遍及流行,并为大众接受。吕敏认为,丰胸与社会上的时尚流行趋势相关,当骨感美女流行时,丰胸项目就相对冷清一些,平胸美女大行其道;但“黄金甲”热映之后,片中以巩俐为首的大胸美女又开始引领一种新的潮流,“社会对女性胸部审美标准在不断变化,‘黄金甲’中的审美,以丰满挺拔为理想美,这在年轻人中有非常大的煽动作用。”

不过,吕主任也表示,“黄金甲”中女性胸部丰满,并不都是真的,有的是用束身衣挤的。所以要丰胸的女士也不要盲从“黄金甲”。

恶搞形成眼球经济

自从胡戈用“馒头”恶搞了陈凯歌的《无极》后,网络恶搞风潮便越来越热。“黄金甲”出炉后,借机恶搞,搞眼球经济的更是一个接一个。真人秀版漫画、改编剧本、连环画、恶搞短片视频……

目前网上最流行的是讽刺喜剧《满城尽是大波妹》,它对“黄金甲”中的丰胸场景进行了猛烈恶搞:2206年,女学员们即将迎来上级的检查。这次检查,关乎着学员们所在学校能否名列重点。可是,上级有个偏见:他认为丰满的女生一定聪明,并将此作为一条重要标准……另外,《丰胸学校》、《李大妈状告张艺谋制黄贩黄》等恶搞短片点击率也居高不下。

除了对影片本身的“戏谑”,对于张艺谋与巩俐的微妙关系,网友们也大涮特涮。恶搞短片《张艺谋和巩俐绝世对唱》,利用《古今大战秦俑情》镜头、张艺谋与巩俐部分工作照,“拼凑”了一首MV,内容无非是说巩俐和张艺谋之间的不了情,但这戏剧化的恶搞,网上却很有市场。

记者发现,有关“黄金甲”的网络恶搞在网上不断被转载,所到的网站,无不人气大增。

图书出“黄金甲”李鬼

“黄金甲”还未上映时,一本《880年满城尽带黄金甲》就摆上了书市。封

面上,毛笔体的“满城尽带黄金甲”几个字处于醒目位置,与影片题名极其相似,而“880年”则被处理成小印章。很多人以为此书是与电影有关的珍藏版,但后来才知道,这不过是一本史学小说,讲述唐代黄巢起义,是出版商搭电影顺风车的书而已。不过,该书从10月初开始在网上连载后,阅读率狂高。有网友质疑这种做法,出版方自有一套说辞,“‘满城尽带黄金甲’是一句诗,难道张艺谋能用,我们就不能用?”

《880年满城尽带黄金甲》的出版社叫苦不迭。从“黄金甲”出品方新画面公司高价购得电影同名书版权的贝塔斯曼亚洲出版公司表示,明明知道对方在恶意跟风,但因为并不涉及侵权,也拿它没办法。

话剧沾光效果明显

在“黄金甲”首映前一周,一部名为《满城全是金字塔》的贺岁话剧出炉,它借用了许多电影的元素,如《疯狂的石头》中的造型等。不过,看过该话剧的观众却发现,它和《满城尽带黄金甲》实际没有任何关系,叫《满城全是金字塔》纯粹为了搭车宣传。然而,《满城全是金字塔》的收获却是很大的,搭了一趟顺风车,少走了一段“宣传路”,却起到了一炮走红的效果。从目前票房来看,它算是今年北京最卖座的一场话剧了,基本上每场都是卖座七八成。

游戏彩铃前景大好

“黄金甲”12月14日全球首映之时,某游戏网站顺势推出了一款“大唐黄金甲传说”的游戏,目前,周杰伦、巩俐两位男女主角的游戏2D造型已经出炉,周杰伦那套金光闪闪的盔甲,以及巩俐那套性感撩人的皇后装,在游戏造型中似乎少了咄咄逼人的霸气,却多了几分可爱和几分俏皮。据悉,为了更好地体现巩俐那修长的双腿,游戏制作者还特地把曳地的长袍稍微裁剪,变成了性感的短裙,在不影响整体造型的同时,让巩俐的性感和可爱相得益彰。虽然此款游戏目前还在内部测试阶段,属于免费游戏,但现在试玩的人很多。有玩家估计:一旦成型,今后的市场十分可观。与此同时,周杰伦为影片量身创作的主题曲《黄金甲》也成了热门歌曲。12月15日,《黄金甲》进行无线首发,同时推出彩铃下载并赠送音乐礼包,顿时引爆整个市场。

快报记者 孙伊 李谷 史丽君 曹锋

【相关新闻】 “黄金甲” 品牌价值至少两亿

随着《满城尽带黄金甲》的走红,“黄金甲”“满城尽带”在各行各业中正逐渐成为一个个时髦的词汇。不过,记者昨天采访江苏资深律师陈议时获悉,“满城尽带黄金甲”虽然来自于一句唐诗,但如果使用不好,仍然有可能侵权。

江苏长三角律师事务所资深律师陈议表示,现在很多商家使用“黄金甲”作为广告语,都可以看作是搭便车的行为。比如某商家使用的“黄金甲”、“黄金奖”,正是利用谐音,借助于“黄金甲”这段时间正走红,通过琅琅上口,易于记忆的方法,免去了很多宣传、广告的工作。固然,“满城尽带黄金甲”来自于一句唐代黄巢的唐诗,谁都可以使



用,但这种搭便车的行为是不受法律保护的。片方如果较真,它可以向知识产权局或版权局要求证明,《满城尽带黄金甲》已经是一个驰名商标,一旦证明通过,那么搭便车就真的成了侵权行为了。

现在很多商家争着抢注“满城尽带黄金甲”,当然无可非议。不过,如果片方“驰名商标”的证明得到通过,那么抢注的商标便不再受法律保护,等隔了一段时间,片方仍没有自己注册,那其他商家才能继续抢注。

另外,陈议律师也表示,和所有的产品一样,电影作为一个知识产权的实体,也是有无形资产和品牌价值的。按照他的估算,《满城尽带黄金甲》的品牌价值至少在两至三亿人民币。“通常情况下,价值应高于成本。”“黄金甲”投资3个亿,从目前的效果看,它也应该能收回成本,所以价值也不会低于两三亿。另外,价值还要看社会的认可度,从目前社会认知来说,“黄金甲”也值那个数。”

现代快报

因事业发展需要,现代快报聘财经新闻记者、编辑和文体新闻记者、编辑。

要求:本科以上学历,有相关的从业经历,身体健康,作风正派,男女不限。

聘

应聘者请将个人资料邮寄至正洪街18号东宇大厦22楼现代快报文体部。邮编:210005
联系电话:025-84783505(下午3:00-晚10:00)

现代快报人事部
2006.12.25