

凌晨带着被褥去排队,就为了抢个娃娃 二次元的世界里没有值不值

昨天凌晨6点多的五角场合生汇门口,似乎复刻了几天前
的上海静安大悦城,几百号人排在
翔殷路一侧,等待名创优品×
Chiikawa主题快闪合生汇店的
开幕。这些“新晋顶流萌物”由一
群小可爱组成,售卖的周边涵盖
毛绒公仔、生活用品、挂件等多款
联名产品。有人为了买到限定周
边夜排9小时,也有黄牛做起了
预约名额的生意。

青年报记者 周胜洁



青年报记者 周胜洁 摄

凌晨4:30排队 没买到限定周边

合生汇的主题快闪店设在一楼中庭,售卖的周边包括公仔、挂件、生活用品等几十个品类,并有三款限定,包括坐姿公仔、睡衣站姿公仔和叠叠乐公仔。买满299元还送帆布袋,每天限量500个。

Chiikawa是根据日本漫画家Nagano的同名漫画改编的动画作品,译为小小的很可爱的家伙,国内也称之为吉伊卡哇。Chiikawa的主角团由乌萨奇、吉伊、哈奇(又称小八)等几个小可爱组成。每集只有一分钟的小

动画,讲述小可爱们轻松愉快,又偶尔有些悲伤的故事,十分契合当下年轻人的生活状态和心理,小可爱们也成了当下Z世代年轻人最喜欢的表情包。

青年报记者上午10点根据商场开门时间到达时,排队领号的队伍已经填满了商场外十多道蛇行通道。根据现场提示牌显示,一早7:00就开始发放号码牌,8:00凭号码牌进入快闪店。现场50人一批放行,购物时间约20分钟。商场外排完后,进入商场还要排两个区域。上午10:15,商场保安拿着喇叭循环播放:“帆布袋已经送完,睡衣限定已经售罄。”

现场一位特意来买小八的

女生说,她凌晨4:30顶着微冷
的风来到现场时,前面已经有几百号人了,“没想到那么早来,进快闪店就被告知帆布袋已经送完,限定的睡衣站姿公仔也没了,我都没买到睡衣小八。”

而在社交平台上,发布夜排的人不在少数。有人前一晚深夜11点多带着垫子、薄被子开启夜排,而她前面已经有100来号人。有网友凌晨3:40和姐妹一起抵达“战场”,前方的蛇行通道里已经排满了人,“凌晨的上海太冷了,想借毯子,也需要充电宝。”也有网友对于夜排买周边感到离谱,“这只是个娃娃呀。”“尊重但不理解。”

实行预约后 还有黄牛兜售名额

胡女士是为了上初中的女儿来合生汇的快闪店排队的,女儿喜欢小八,一只对待朋友真诚的话痨小猫,而这些可爱的小可爱的周边也是同学间社交的物品。昨天上午,她10点多排进队尾,一直到下午近1点才走进店铺挑选商品,“没想到要排2个多小时,我是分不清这些角色公仔,但孩子们特别喜欢。”

上个周末,她还带着女儿去了上海静安大悦城,那里是Chiikawa联名快闪店全国首站,还创下了单店10小时销售额268万元的历史新高。因为快闪首日

夜排人数众多,从3月30日起定时开启预约通道,消费者先抢预约名额,再根据预约时间进快闪店。“下午6点,周围很多女孩在现场戳手机屏幕抢预约名额。还有黄牛在兜售预约名额,开价好像200元。”

在主题快闪店之前,中国的粉丝想要拥有小可爱的周边只能在二手平台上高价购买。记者打开某二手平台,日本代购的公仔开价不等,多数约200元,小只挂件也要100多元。如果遇到热门款式、限量商品,价格甚至要翻几倍。此次快闪店出售的商品目前在二手平台上也有加价出售,或是每个收取10%的代购费,或者直接加价10元-50元不等出售。



哥斯拉再度大战金刚

这部爆米花影片为何能被市场热捧?

青年报记者 陈宏

本报讯 周末3天,票房破3亿元,这是怪兽新片《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》刚刚交出的成绩单。3月份是传统的“冷档期”,它的表现能如此亮眼,得归功于它过硬的制作质量,尤其是在IMAX银幕上,观众评价说“极致的震撼贯穿始终”。这也证明,对备受小屏冲击的电影行业来说,高质量的商业巨制仍然有着无可取代的魅力。

2021年,首部《哥斯拉大战金刚》被引进中国内地,最终拿下了12.32亿元的高票房。此次的

第二部影片仍由亚当·温加德执导,并且继续安排在了不算大档期的“清明档”。对影迷们来说,哥斯拉和金刚两大怪兽IP联手,打起架来“没人类什么事了”,看起来特别爽。它的观众定位特别精准,就是希望放松、解压的商业大片年轻观众群体,也因此,即使是热爱《沙丘2》这样呈现了极致电影美学的观众,也可以只带着“去看一部‘无脑’爆米花片”的心态去欣赏这部怪兽大片。

说是“无脑爆米花片”,但对制作过程来说,却绝对不能无脑,甚至可以说,怪兽大片是展现电影工业最高水准的电影类

型。剧情不能拉垮的同时,观众对影片所呈现的感官刺激要求其实更高。观众评价说:冒险故事引人入胜,而且“简单直接不烧脑”;细节制作非常考究,“‘哥总’和金刚太逼真了,山丘一样巨大同时细节又经得起审视,怼脸特写也毫不含糊,每个动作都活灵活现,如果它们真实存在估计也就是这个样子吧”;视听场面宏大震撼,巨兽争霸的影片主线和高潮场面在IMAX的视听环境中得到“放大器”式的助力,“巨兽的每一次移动都地动山摇,动作场面更是山崩地裂一样的燃,痛快!”

开票10分钟2场售罄 这部“遛娃神剧” 比演唱会还火

青年报记者 陈宏

本报讯 刚刚过去的上周末,在大宁剧院上演的东映原版动画大型舞台剧《屁屁侦探之怪盗U对怪盗U》(以下简称《屁屁侦探》),成了沪上亲子家庭热捧的对象——全国站站火爆,上海站也不例外,创下了开票10分钟2场售罄,随后加演5场,每5分钟售罄一场的票房神话。它到底火在哪里?巡演主办方负责人告诉记者,原版动画童真又幽默的剧情设定,极受青少年的喜欢。

据了解,《屁屁侦探》是日本作家田中阳子和深泽将秀组合创作的儿童侦探推理绘本系列作品。自2012年面市之后迅速成为童书界的爆款,该系列绘本被翻译成包括中文在内的十几种语言版本,全球销量超过1000万册,每次该系列作品上新就被分分钟抢断货,这位长着一张“屁屁”脸蛋的高智商侦探已经成为全世界儿童的“新偶像”——三七开的发型,犀利的眼神,敏捷的身手,总能在细微之处闻到可疑的味道,关键时刻能“噗”地一下,吹出臭屁,臭翻坏蛋的破案高手。

2018年《屁屁侦探》改编成动画片,2022年《屁屁侦探》出

了大电影,而2024年是屁屁侦探首次登上剧场,用一种全新的方式给观众带来不一样的惊喜。舞台剧《屁屁侦探怪盗U对怪盗U》讲述有个自称怪盗U的世纪大盗,在偷盗前会给宝物的主人寄出预告信,此人横行霸道。这次怪盗U的目标是博物馆女神雕像的围巾。汪时代警察局的丸芝士局长请求屁屁侦探协助守护宝物。谜一般的预告信递到了屁屁侦探的手上,这位神探需要守护住女神的围巾、抓捕怪盗U。

“屁屁侦探这个IP本身就很受小朋友的喜爱。”负责人告诉记者,自己在选择这部舞台剧之前,就是原版绘本的粉丝,因为绘本的品质就非常高,屁屁侦探的形象很讨人喜欢,“另外,这是屁屁侦探的舞台剧首秀,在线下跟屁屁侦探一起当小小福尔摩斯破案的魅力,是绘本和影视作品无法替代的。”

对演出行业来说,找到合适的IP不难,但不同的艺术表现形式,要找准孩子们的兴趣点并不容易,背后有着大量的功课要做。这部剧无疑是一个成功的案例,也因此,在大宁剧院连续演出3天之前,这部神剧已经在全国成为了知名“遛娃神剧”,抢票速度堪比年轻人爱看的“流量”演唱会。