

三分钟的暖心圣诞

【文/张晓雯】



不论哪种片子，并没有高级低级，兢兢业业专注拍广告的导演在3分钟内展现用心。

节日的意义，是和平与喜乐

快到圣诞的节点，重视圣诞档期的国外服装品牌们都纷纷做足了宣传，比起一年中其他时候的静态模特大片，圣诞广告更是比拼卡司的时候。今年的第一名，恐怕要先投给H&M了。

韦斯·安德森执导，阿德里安·布洛迪主演，这两个名字一出，是否已稳赢在起跑线？

说起导演韦斯·安德森，大家都熟悉他的《布达佩斯大饭店》，少女般的配色、强迫症般的中心对称恐再难复制，除了他自己。去年5月，导演在米兰Fondazione Prada文化园亲自操刀设计了一间“Bar Luce”咖啡馆，室内以粉、绿两色为基调，墙纸、点唱机、游戏机等摆设充满了50年代意大利风情。可见，不论是开店还是跑去拍广告，每次“不务正业”都不能变的一点就是他独树一帜的美学风格。

在这支圣诞广告中，包括空景在内的画面都不出意料依然保持了轴对称，害得最佳男主角——凭借《钢琴家》在2003年拿下奥斯卡的阿德里安·布洛迪都被吃瓜群众挑刺：“整支广告都是中心对称的，除了他的鼻子。”

片头，列车员拉尔夫播报由于恶劣天气，火车将晚点11.5小时，自助餐区将推出圣诞早午餐作为补偿，通知大家前往。镜头随即慢慢带过各车厢不同国籍、性别、阶层的乘客。



星闻 Star

著名美国导演韦斯·安德森跨刀为瑞典快时尚服装品牌H&M拍摄的圣诞广告《Come together》一经释出，获得好评无数。2014年的《布达佩斯大饭店》曾入围了当年奥斯卡最佳影片、最佳导演、最佳原创剧本等九项大奖，影片少女系配色的高艳美学和极致追求中心对称的画风也成了导演韦斯·安德森的标志性注脚。H&M继往年联手Lady Gaga、Kate Perry等巨星之后，再度掀起一股圣诞广告秒变大片的风潮。

虽然是为宣传置入在这些“演员”们身上的自家品牌服装，但“不同车厢，不同人生”的安排颇为巧妙。当他们最终聚集在列车员暗暗策划的圣诞惊喜party上，和平喜乐、众人平等的意义才更显得突出，也正应了这支短片的名字——《Come together》。

再现工匠传奇

二号种子选手Burberry今年的表现也很不俗。广告以半真实、半虚构的形式再现了品牌创始人Thomas Burberry一生中的尖峰时刻。短短三分半，就拍尽了传奇。Thomas Burberry在1879年发明了他家独有的防水面料Gabardine嘎巴甸，并为各式各样的人群置装。“人们带着梦想来找我，我帮助他们梦想成真。”在广告中，他被妻子形容为“能在心中构想整个世界”。

如，为三赴南极的探险家Ernest Shackleton爵士提供全部防护服装。演员是来自英国的Dominic West，曾是HBO著名剧集《火线》的男主角；而凭借《唐顿庄园》中的Rose一角出名的英国新生代演员Lily James扮演了飞行员Betty Dawson，这个虚构的角色灵感来自历史上真实的飞行员Betty Kirby-Green，她曾在1973年驾着名为“The Burberry”的飞机从英国飞往开普敦，打破了世界纪录。穿上“战衣”后发光发热的各界精英和背后的造梦人Thomas埋头研发的场景被剪辑在一起，很有电影感。

据说这支每秒40万人民币，贵到让你不敢眨眼的圣诞广告身兼庆祝品牌成立160周年的纪念意义。请来执镜的导演是Asif Kapadia，他凭借拍摄Amy Winehouse的纪录片《Amy》摘得小金人；广告剧情由《间谍之桥》的编剧Matt Charman撰写；负责摄影的则是凭《艺伎回忆录》获奥斯卡的澳大利亚摄影师Dion Beebe。整个阵容可以说是十分豪华，制作堪比好莱坞大片预告的水准，仅上线一天，就在YouTube上获得了178万次观看。

据悉，广告主要在英国牛津郡的Shirburn城堡拍摄，并在那里搭了一个一战战壕的场景，演员在片中探险场景时穿的衣服都是由现实中Burberry在约克郡Castleford的工坊制作完成的。许多网友评论称，这是他们见过最漂亮的广告，其中点赞数最高的一条评论写道：“我希望这是一部真的电影。”

至于绝对的主角——Thomas Burberry本尊的扮演者，爱尔兰演员多姆纳尔·格里森也是文青心中挚爱的低调实力派，代表作有《时空恋旅人》《布鲁克林》《荒野猎人》等。

电影咖的圣诞情结

和B家自带英伦贵气风的路线不同，同样来自英国的老牌百货商John Lewis虽然也有150年的历史，也是多年来圣诞广告界的“三好学生”，走的风格就接地气多了。

广告故事讲述有一家的小女孩特别喜欢蹦床，父亲就动手在家后院做了个，当做圣诞礼物，结果引来隔壁的猫猫狗狗和小刺猬抢占先机。自家的斗牛犬表示不服，没等小女孩查验礼物就先去蹦床蹦跶了，以宣示主权。此时银幕上露出了百货店的宣传语“Gift that everyone will love”。确实，礼物能让世间生灵都那么开心，就是最暖萌的事了吧。

电影导演跨界拍摄已不是个新鲜话题，如大卫·芬奇、马丁·斯科塞斯、昆汀·塔伦蒂诺等大牌都“下海”拍了美剧。不论哪种片子，并没有高级低级，也有兢兢业业专注拍广告的导演在3分钟内展现用心。继前年拍出了John Lewis在Youtube上播放量最高的广告《Monty the Penguin》之后，幕后功臣Dougal Wilson被扒出是宜家、亨氏等大品牌的常驻导演，在英国广告圈可谓炙手可热。传说他一年只拍5支广告，但支支经典。从创意界的“奥斯卡”D&AD（英国全球创意奖）到戛纳国际创意节，Dougal Wilson获奖无数。最动人的还要数他为今年里约残奥会拍摄的宣传片《我们是超人》，愣是把那句已被消费殆尽的“We are superman”诠释出了新的高潮：在你我未曾发觉的日常里，残疾人有超凡的一面。他们不需要无知的怜悯，也可以像健全人一样过得十分精彩。

那么问题来了，电影咖集体卖力宣传，这个圣诞季，我看我们还是乖乖剁手买单吧！