

《鸡毛飞上天》，我只推荐前30集

◆ 孙佳音



两周前，我逢人就会推荐电视剧《鸡毛飞上天》，“一定要去看第16集，张译跟殷桃那真的是教科书般的演技。”那一集里他们分别坐在开往不同方向的绿皮火车上，张译隔着车窗玻璃嘶哑着喉咙呼唤爱人的名字，激动、兴奋和重新拾起的爱情的志忑都在演员的眼角眉梢。然后他们带着羞涩的笑，在下一个车站久别重逢。再然后，殷桃带着跟前夫所生的儿子跟着张译回到袜厂，要去见情敌前照着镜子反复试着毛衣，甚至为了扮嫩戴上了一个花头箍，最后终于利索地拿着干白馒头一身朴素却自信地坐在了情敌面前。

好看的戏份还有很多，比如张译扮演的袜厂厂长带着技术员引进日本全进口提花机，故意拆坏了机器好叫日本专家前来拆修以便快速复制。敲锣打鼓地欢迎日本专家的场景，相信会让很多人会心一笑；偷学技术成功后向代理商展示自己研发新机器时候的一脸骄傲，又叫人忍不住为这个厂长鼓掌叫好。比如殷桃与前夫所生的儿子王旭最初很难接受继父，张译用爱慢慢让这个孩子放下戒备和恐惧，接受了一份新的父爱，当王旭为继父“偷钱”被抓，张译死死地护住孩子的身体宁愿自己被打，王旭终于第一次唤出“不要打我爸爸”的时候，张译的震惊、感动甚至激动都跃然荧屏，叫观众想哭。

写了五百字，发现还没有出现角色的名字。或许是因为张译和殷桃把陈江河、骆玉珠夫妇刻画得太鲜活、深刻，让我以为角色和



演员早已化为一体。其实，《鸡毛飞上天》主要是以陈江河、骆玉珠的爱情和创业经历为主线，讲述了以他们为代表的浙商是如何在时代的变革下，将父辈们走街串巷“鸡毛换糖”的老手艺演化成能够跨越世界各地经营的大型商贸市场的传奇故事。可以说，这部剧前30集的好看耐看，除了以新光饰品为原型的义乌奋斗故事尚算扎实外，主要建立在张译和殷桃对角色的准确把握上，建立在他们对细节的苛求上。

再举一例，张译起初是以身无分文与殷桃在火车上争抢馒头的流浪青年身份出现在观众眼前的，在剧中他满嘴起皮、饥肠辘辘的一幕就是他演出那场戏的真实状态，起皮的嘴唇就是因为身体缺水导致。据说，每一场戏他都要事先做功课，哪怕是一个小小的细节，一

副眼镜、一副手套、一个担子、外衣的袖套，他都有所设计。于是商场摸爬滚打之余，张译还很好地展现了角色对爱情的青涩、爆发和专一；对亲人的包容和关照；对友情的义气、担当等。甚至可以说，个性饱满的人物，让观众不那么苛求剧情发展中的少许的逻辑漏洞。

但一周前，我不太敢再给人推荐这部剧，因为30集过后，剧情明显开始拖沓起来，或者不太客气地说，开始注水。一方面，义乌的传奇故事接棒到陈江河和骆玉珠的儿子们手里，老戏骨们开始负责种花养鸡下棋，虽然也还拌嘴逗趣，但没有了商战背景和奋斗故事，老年陈江河骆玉珠的故事没了张力，并不抓人；另一方面，年轻演员的演技稍显稚嫩，尤其主要角色王旭由于表演生硬，导致他自卑的性格并不能够被观众信服，他的成长和成

功也就失去了飞跃、转变的基础，以至于每每他出场，视频网站的弹幕就一片哀呼。实在是不怕不识货，只怕货比货。年轻的王旭跟他父亲陈江河年轻时候的演技相比，差距可能相当于80年代的义乌和现在。

上世纪但究其根本，始于演技，也是前半部剧剧本创作扎实，错漏和注水相对较少，所以精彩好看；败在演技，也并不能全部归咎于年轻演员的失误。不怀好意地揣度，为了凑出58集的长篇，为了每一集卖出的数百万高价，《鸡毛飞上天》的后半部分不得不在商战传奇之外添了不少很像是家庭剧、爱情剧的戏码，但这些戏码又不算是太精炼好看，于是乎每集看个预告片就能知道个大概——这部剧的前16集，可是每42分钟都是满满当当的起承转合。

自然，这也不是孤例。因为制片方卖剧给电视台，以及电视台卖片给广告商，主要都是依据样片，甚至是前几集的收视情况。于是很多国产电视剧前3集节奏明快内容饱满角色鲜活，越到后来越冗长拖沓。于是很少的那几部始终紧凑、紧张的长篇电视剧便能够在市场杀出重围，并且屹立不倒。再举一例，《甄嬛传》能够开播以来“屏霸”暑假和寒假，就是因为它虽然篇幅很长，却不见臃肿注水，每一集的故事和表演都基本保持在一个相对的高水准。而郑晓龙导演之后推出的《芈月传》，虽然依旧有孙俪的演技加持，但无奈芈月的爱情故事还是非常明显地“充盈肿胀”了。于是，很少看到这部投资很多场面很大的剧被反复拿出来播。

遥控器和鼠标永远是最诚实的。制片方拍得长些卖钱多些，在商言商无可厚非。只不过想劝诫那些渴望青史留名的从业者，每一点点掺水以及和稀泥，都逃不过观众的眼睛。



扫一扫
请关注
「新民文艺评」

影院票价如何更多顺应诉求

◆ 邵天骏

对于许多国内观众来说，如今的影院票价高企，似乎已到了难以“放下身段”的地步。看电影不再是一道价廉物美的“大众化点心”，而是成了“奢侈品”的某种象征。只有到万不得已的时候，比方说年轻人谈情说爱，或亲朋好友相聚，或他人邀请共享视听“盛宴”，或单位组织活动，是尽可能不去影院“潇洒”一回的。这样的快乐享受，付出的代价还是太大。

影院票价从以前的“亲民低价”一下子蜕变成了“贵族高价”，这是许多人事前未曾料到的。从人均可支配收入来衡量，上世纪六七十年代人们看一场电影，通常票价只有一二角不等，学生优惠价甚至只有五分钱左右。即使各大影院的票

价有些差异，也应该相差不了多少。以当时的工资收入计算，票价也算是比较低廉的。然而，今天的影院票价动辄四五十元乃至上百元，已经成为一种常态，最终演绎成用“烧钱”的方式（有观众认为，虽然言语有些偏激却实属出于无奈）看一场电影，个中滋味不言而喻。

也许，影院票价与国际接轨，乃是电影市场规律使然。有关方面也多少少发出了一些看似清晰实则又有些模糊的信息，甚至将其与国外影院票价相比，说明国内的目前

现状还是在可接受范围内。只是国内观众的实际收入这一块，与其影院票价的高企是不成比例的。影院票价，可谓是“想说爱你不容易”。

有人为此调侃，看不起电影那就索性选择不看，在家看看电视乃至网络电视也蛮好的。这其实是一种“自我逃避”。如今的网络电视，机顶盒、回看等功能似乎不少，但它的某些无法避免的“短处”也是显而易见的。许多国内外故事片出厂年代相对久远，选择的余地也就较小，画面的清晰度和音响效果与影院相比

都难尽如人意，因而影院的受青睐程度除了主要是票价、题材和出厂年份因素外，是完全可以预计得到的。

处在繁华城市里的各大影院，虽然装饰越来越豪华，可观众不多已是一个不容忽视的社会现象，它至少说明了影院票价仍是人们非常看重的一大因素。一味地将其淡化，其实并无助于人们业余文化生活的丰富和全面改观。从某种意义上说，电影不仅有欣赏消遣的功能，还有提供各类精神食粮的作用。观众对于最新国内外大片的关心甚至相互

交流，从一个方面反映了新老影片在人们心中是有本质区别的。

由此看来，影院票价如何顺应观众诉求，确实不是一个可有可无的“虚拟”话题，高票价带来的低上座率就是一个明证。由于它通常无法满足大量观众的经常性愿望和需求，因而取得的市场效果较为有限，从而把许多潜在的观众分流到了其他地方。这样一来，影院票价高高在上，普通百姓只能望而却步。建议分时段降低票价，权作抛砖引玉：同一部最新电影在不同的时间段，抑或是平日与周末，票价可分为“亲民低价”和“贵族高价”两种，以满足各个层次的观众需求。如此，收入高低、年龄大小、爱好各异的众多群体都可以在此各取所需，各得其所了。

没有思想的民谣就是民间的谣传

◆ 金兆均

音乐创意产业，似是只有“产业”，忽视音乐，绝少创意。

音乐界最好的预言家是李海鹰：“我的心充满惆怅，不为这弯弯的月亮。只为这今天的村庄，还唱着过去的歌谣。”当然，还有崔健：“不是我不明白，这世界变化快。”

我们从来不缺“中国好声音”，不缺“歌手”，不缺“跨界歌王”，不缺“蒙面歌王”，只缺“中国好歌曲”。当音乐变得越来越无所不在，就越来越接近哪儿都不在。

互联网+似乎又开始大喊“内容为王”，但是，内容是什么？是高度的版权垄

断性整合？没有“人”，就没有“音乐人”，就没有音乐，更谈何内容。

只要音乐人不能以版税收入为主，他们就真的是“大国工匠”——音乐建筑界的泥瓦工。

一个以颜值、鲜肉、邪门唱功为时尚的歌坛，一定是个悲哀的歌坛。

没有思想的民谣常常就是民间的谣传。没有人格和情怀的摇滚，就真的只剩了“摇”，滚！如今的歌坛，唱歌的，飙高音，进军真人秀或练书法、玩画画；作词的，当群主，努力做大V；作曲的，努力做

歌手，致力当评委；乐手，上电视，牛，不上电视，苦；乐评人，命最好，不是CEO，就是代言人。真是乱哄哄你方唱罢我登场，反认他乡是故乡。

音乐不能没有商人的经营，商人却不一定需要音乐。没见谁去经营广场舞的——当然，也未必没有。

歌坛从来，就有埋头苦干的人，有拼命硬干的人，有为民请命的人，有舍利取义的人……虽是所谓被“大数据”和“粉丝经济”控制的乐坛，也掩盖不住他们的光芒。

上海兰馨珠宝文物商行 举行第二届库藏 文物艺术品精品展销会

上海兰馨珠宝文物商行将定于2017年4月16-18日举办“第二届上海兰馨珠宝文物商行库藏文物艺术品精品展销会”活动。此次展销活动商品包括商行库藏多年的精品瓷器、玉器、杂件、珠宝等。

一、活动日程（2017年4月16日-18日）

精品展：2017年4月16日-18日 09:30-17:30

二、地点：上海市黄浦区长乐路398号A(公司本部)

三、联系电话：021-62538459 021-62551667

上海文艺评论专项基金特约刊登