

“上海味道老灵呃”

——从昨晚《断奶》播出谈沪语电视剧



电视剧沪语版《断奶》剧照

图 TP

打造「群众」「简朴」大舞台 压缩「盛世」「喝彩」类晚会

严格要求主持人播音员「禁足」台外庆典
央视高举「不联播、不录制、不播出」大旗

本报北京今日电（驻京记者陶禹舟）央视昨日对外宣布，为贯彻落实中宣部等五部委《关于制止豪华铺张、提倡节俭办晚会的通知》，今年9月至12月将减少播出17项晚会类节目，占原计划播出量的50%左右，明年起减少播出56项晚会类节目，占往年播出量的60%左右。

据介绍，《盛世少儿大联欢》《为中国喝彩》《中国电视剧明星盛典》等央视自主创办的晚会类节目将停办，清明、端午等传统节目的晚会节目也将被调整为特别报道。《轩辕黄帝诞辰祭祖大典》等带有地方文化旅游宣传特征的各类公祭、仪式和活动，将只播发新闻报道。此外，央视将按照“不联播、不录制、不播出”的原则，不再与各部委、各地方、团组织、国有企业等单位合办节假日等庆祝晚会和活动方案。

在保留节目方面，央视表示，《春节联欢晚会》将杜绝过度使用声光特效、舞台布景等，不搞异地分会场晚会，减少明星大腕，并邀请更多基层群众，打造真正的“群众大舞台”。《心连心慰问系列演出》等配合党和国家重大宣传报道活动的晚会，将坚持因地制宜、简朴大方、杜绝豪华奢侈、不大操大办的原则。此外，央视还将严格禁止主持人、播音员和其他工作人员以各种名义参加和主持台外组织的晚会、庆典、仪式、活动等。

昨晚，电视剧沪语版《断奶》在电视剧频道开播，那熟悉的乡音飘荡在上海城市的千家万户，给上海观众带来了一丝久违的亲切感，也让许多来沪闯荡的新上海人在荧屏前更方便地学起上海话来……今天下午，另一部电视剧沪语版《婆婆来了》也在同一频道开播。随后，《保姆》《月嫂》等剧的沪语版也将陆续开播。若首批四部电视剧试播沪语成功，第二批约10部沪语版电视剧也会投入配音并在明年播出。

关爱沪语好办法

首先与观众见面的是由雷佳音、佟丽娅、郭凯敏、张小磊等主演的《断奶》，由于此剧表现的就是上海城市的家庭生活，剧中角色纷纷说起地道的上海话，令人感觉此剧更接地气、更有“上海味道”，剧中那些上海市民也似乎由此变得鲜活起来。荧屏上打着中文字幕，剧中人却说着一口上海话，如“我们”变成了“阿拉”、“长脸”变成了“轧台型”、“出租车”变成了“差头”、“那不行”变成了“勿来三”……

多年来一直为保护和传承上海话奔走呼吁的著名笑星、上海曲协主席王汝刚昨晚对记者说，用电视剧这一大众喜爱的艺术方式来关爱沪语是一种好办法。他还建议，除了荧屏外，老上海的经典电影也可配成沪语版播映，如《乌鸦与麻雀》《天涯歌女》《一江春水向东流》等，观众一定非常踊跃。

申城观众有基础

这次播出的首批沪语版电视剧大多是上海题材。如金牌编剧王丽萍力作《保姆》，当年在上海播出时正值春节期间，其收视率之高甚至还超越了央视春晚，爆出了当年一大新闻，此剧聚焦申城百

姓的平凡生活，这次播出沪语版，若能“小保姆”陶虹说上一口带有家乡口音的“洋泾浜”沪语，效果更佳。

上世纪九十年代，上海曾一连推出三部沪语电视剧《孽债》《夺子战争》《何须再回首》，就创下过不俗的收视奇迹，使许多上海观众一说到沪语电视剧，至今对此津津乐道。由于后来政策对方言拍摄影视剧有所限制，致使沪语电视剧出现“断档”并长达整整十六年之久。直到如今，上海孩子们大多都不会讲地道的沪语时，人们才发现应该对保护方言采取更有力的措施，否则这座城市将有流失母语的危机，由此，近年来，关心沪语命运的市民越来越多，沪语上荧屏、上广播、进学校、进公交车，甚至在筹划进地铁……去

年，《新闻坊》首次尝试用沪语播出周末版，收视猛增三成，受到了上海观众欢迎。前不久，电视剧频道举行沪语试播会，千余份调查问卷中有83%的观众表示非常期待。

城市母语不该丢

实际上，近年来，沪语不仅生存现状严峻，还受到了某些影视剧脸谱化的“矮化”，引发上海观众反感。如《金婚风雨情》中，有个上海姐夫搞婚外恋，不仅形象猥琐，还不时地蹦出些上海话来；如《风声传奇》中有汉奸爆粗口，露出的也是一口上海脏话。因此，这次荧屏集中播出一批沪语版电视剧，不仅让人有时隔多年重新归来之感，更有让上海话“回归正道”之用。

其实，播出几部沪语方言电视

剧影响不了全国推广普通话的大局，虽然播出数量非常有限，却对保护、传承各地方言大有益处。各地方言是祖国丰富多彩的文化宝库，也有利于形成文化的多样性，如“沪谚”等还被列为国家级非物质文化遗产。语言学家、上海大学教授钱乃荣呼吁，给上海话一个宽松的生存环境，让它自然发展，因为它是上海这座城市的母语。

事实上，目前影视剧中受限的主要是南方方言，这是一种语言上的不公平。如在央视春晚中，说着北京话、东北话、四川话、山东话的小品都可以上，但一直没有出现过上海话的小品。这对于覆盖全国的央视平台虽然可以理解，但对于本地荧屏来说，播出沪语剧没有理由受限。首席记者 俞亮鑫

按捺了三个礼拜 哈林“化腐朽为神奇” “妹妹阿妹妹”嗨翻全场



哈林 图 TP

本报讯（记者 孙佳音）今晚，《加多宝中国好声音》导师初考第四场，按捺了三个礼拜的哈林终于披挂上阵，“外星人”的狂野激情愈演愈烈，还有身边梦想导师陈嘉桦 Ella 的古灵精怪，更是助长哈林团队的疯狂。这一次，从分组、选曲到改编，处处充满奇思妙想，不走寻常路。

比如，他为蘑菇兄弟和戴荃选择了一首《妹妹你大胆地往前走》。如果没有亲耳听过，很多人看到歌单的第一反应会是：“啊？怎么选了这首歌。”连汪峰都坦言，一开始并不觉得这是很好的选择。但当看过三位的表演之后，汪老师收回了质疑：“简直化腐朽

为神奇！”

这首张艺谋导演1987年的电影代表作《红高粱》中的插曲，原本是具有浓烈西北风的粗犷风格，经过哈林颠覆性的改编之后，完全变了味。哈林在其中融入了更多流行的元素，还有戴荃讲不清是嘻哈还是贴近东北秧歌的个性化说唱，再配合上三个人活力

可爱的表演，使得全场嗨翻了！歌词中多次反复的“妹妹阿妹妹”，听得张惠妹好不激动，“他们是一直在叫我么？我好几次想回应他们‘我在这’。”主考导师哈林和梦想导师 Ella，更是听得亢奋过度，爱搞怪的他们甚至跟着节奏频频扮鬼脸，引得华少一登场就打趣道：“恭喜好声音的舞台上诞生了‘东邪西毒’双人组合，二位的表情真是叹为观止！”

那英也格外兴奋，连声赞叹：“佩服！佩服！”而哈林此时似乎已经激动得晕晕乎乎，竟然回敬：“恭喜发财！新年快乐！”引发全场哄笑。



东方卫视 19:36《小爸爸》
新闻综合频道 19:45《向着胜利前进》

电视剧频道 19:05《断奶》(沪语)
央视一套 20:05《中国汉字听写大会》
央视三套 19:30《非常六加一》
央视六套 19:00《飞天舞》
浙江卫视 21:10《中国好声音》

加多宝《中国好声音》：让正宗红罐凉茶与众不同

这个夏天，注定属于中国好声音第二季，更属于加多宝凉茶。

节目自开播以来便掀起一阵收视狂潮，大有“舍我其谁”之势。其成功背后的真谛：加多宝既是赞助商，更是合伙人，携手节目商，构建互利共生商业价值链，为加多宝娱乐营销赋予全新内涵。

绝配的合作： 正宗好声音+正宗好凉茶

回顾第一季，栏目组与加多宝多次沟通后，加多宝决策层看到了节目的全新的原创形式，以及明确了节目追寻中国音乐品质的内涵。而作为专注凉茶生产18年的加多宝，能打造出如今销量远超国外饮品的民族品牌，正是坚持正宗配方

打造的正宗品质让两者在“原汁原味”的理念上具有高度契合点。

另一方面，加多宝支持年轻人的音乐梦想，这种理解正是源自于加多宝对于落地实现民族品牌的梦想。这样的默契和共识，让加多宝与好声音实现两次携手。“正宗+正版”的合作模式也成就了品牌合作的典范，好声音成就了加多宝，加多宝也在同时成就了好声音。

据尼尔森最新数据显示，今年1-5月份，加多宝罐装凉茶借助好声音的平台，在国内整体罐装凉茶市场份额中占据了8成，进一步稳固了“凉茶领导者”的地位。在广告业资深人士张莘看来，这样的组合，很好地诠释了“赞助商和节目的高

关联性成就了赞助商的高回报率”这一观点。

将娱乐营销做成经典—— 因为正宗，所以不同

加多宝凉茶真正的创新之处在于自一开始就没有停留在以资金换取冠名权层面，而是深入节目创作，积极投入资金、人力、物力进行360度的推广，可以说与好声音共同成长。

自第二季筹备以来，加多宝更是充分调动自身渠道资源，于4月份启动“唱·饮加多宝，直通中国好声音”大型活动，使得中国好声音未播先热，引发关注的热潮。

节目开播后，加多宝不仅在官方微博进行好声音话题的高互动，

而且还开展“红罐随手拍、玩转好声音”微博互动活动，点燃了无数网友的参与热情。数据显示，其微博话题排行第一，讨论量高达7890多万次。

不仅如此，加多宝又将好声音“你唱我评”的互动模式搬到微信，迅速掀起一阵娱乐旋风。

与此同时，为了配合节目，加多宝还推出“畅饮加多宝 直通中国好声音”促销装，门票+奖品，进一步在市场上推高了消费者对加多宝的认知，为火热的好声音第二季再添一把火。

经典的赞助：向正宗致敬

2012年，借势好声音第一季的娱乐营销，加多宝实现其品牌最大

化曝光的同时，顺利完成了品牌转换。“加多宝+好声音”的组合与众不同的赞助商并不是单纯的“投资人”，而是“项目合伙人”。双方以齐心协力，共同把中国好声音这一“蛋糕”做好做大。做好就是严把质量关，创新节目形式，让好声音愈发精彩。做大则是深入挖掘节目商业价值，让各方收益最大化。

通过第一季《中国好声音》一役，据第三方权威统计数据，加多宝凉茶销量大幅攀升，在全国市场同比增长50%。随着第二季播出，加多宝整合一切力量宣传，实现加多宝和中国好声音两个品牌的共赢，同时成就加多宝独一无二的正宗红罐凉茶。文爽/王菲