

## 这个“丈母娘”太过闹腾 ——宋丹丹在《金太狼》中的表演让人又气又爱

如果你对宋丹丹的印象依然停留在赵本山的老搭档,那你就落伍了;如果你对喜剧女王的认识停留在梳一个小髻扮萌的大龄待嫁女青年李春天,那你依然落伍了。在新剧《金太狼的幸福生活》中,宋丹丹挑战“重口味”人物——刻薄丈母娘王淑华,不仅搞笑挖苦金句不断,更是从一出场就没停歇地一路“闹腾”。虽然直接被网友封为“咆哮女王”,但观众也对其表演不吝赞美:“宋丹丹把角色演活了,那些台词、表情、态度、情绪,真实得一塌糊涂!把刀子嘴豆腐心、善良、脆弱、敏感、执拗、情绪化、护犊子的小女人演得淋漓尽致。”



宋丹丹在《金太狼的幸福生活》中

### 台词生活化

自本月22日在江苏、东方等四家卫视开播以来,《金太狼的幸福生活》不仅一直占据着同时段的收视冠军位置,更以生活化的台词迅速蹿红网络,不足7天乐视网流量已经轻松破亿。这其中,“么蛾子”丈母娘王淑华的功劳不小——“爹亲娘亲没有钱亲呐,没钱亲娘也不亲啊”“那妇科还不如肛肠科呢,肛肠科起码他男女老少都看,妇科,他一天到晚,他……哎哟喂,这,这,他这不是流氓嘛?”“你路过这就进来看看啊,你当我这儿是博物馆呢?你路过这,没事儿就溜达溜达,你买票了吗你?”——类似“抖包袱”的台词,让人依稀看到春晚舞台上那个游刃有余的“白云”。网友“快乐拽妈”更是在电视剧里看到了自己,“宋丹丹在剧中说的每一句话,几乎都是重复我去年此时的话。她的心情我懂,看来独生子女的父母都一样。纠结,无奈。”

### 情节戏剧化

近两年家庭剧的趋势总体上“逼近真实”,然而《金太狼的幸福生活》反其道而行之,戏剧冲突既多又猛。戏一开场就出现了宋丹丹“上蹿下跳揭房顶”的闹腾,先是轰走了偷偷跟女儿领证的“夹板男”女婿,接着又轰炸前夫并数落前夫的现任妻子……为了拆散女儿与金亮的婚姻,这个丈母娘更使出浑身解数,撒娇耍赖、喝酒闹事是一样也不缺,甚至在女儿面前大演醉酒逼宫的苦情戏,逼迫小米在“老公和老妈、爱情和亲情”之间二选一。不少观众在电视剧播出之前就因为宋丹丹的参演而期待不已,该剧开播之后纷纷表示“没有白等”,“宋丹丹还是那么能够逗乐,比预期的还好玩。”

### 表演夸张化

由于多年缺席春晚,很多观众都很怀念

宋丹丹的小品。此次《金太狼》的热播,也算是她对观众长期期待的一个回馈。但剧中的宋丹丹似乎一直在争吵,夸张的表演风格让这个刻薄、势利又咄咄逼人的丈母娘多少有些脱离真实。

虽然宋丹丹曾经感慨自己都不知道《金太狼》是不是喜剧,但剧中饰演“前夫”的范明却道出了事实:“要不是宋丹丹老师一路引导,这部戏原来并不是喜剧。”对于是否太过闹腾的质疑,导演余淳坦言,“现实中没有人会表现得这么极端,但是她个性中的一些特征的确在很多人身上都是存在的。”编剧娟子也委婉地表示:“不是我要这样写,而是戏剧的要求、投资方的要求、电视台的要求,就是这样。”所幸,在这出颇具“情景喜剧”范儿的家庭闹剧中,宋丹丹以其漫画式的表演方式,结结实实把观众给逗乐了。

本报记者 孙佳音



罗志祥昨在上海

## 签售会像一场豹纹派对

罗志祥昨宣传专辑粉丝过万

昨天下午,小猪罗志祥携第9张个人专辑《有我在》在上海大悦城举办签售会,吸引了数以万计的热情粉丝。

此次签售会以罗志祥最喜欢的豹纹元素为主题,豹纹的背景、椅子、台灯,甚至连签售用的长桌都铺上了豹纹桌布,大悦城4根粗大的圆柱也穿上豹纹新衣。走上豹纹地毯的罗志祥开玩笑说,感觉像回到家里的客厅一样。而歌迷们更是搜罗出各种豹纹图案的衣服、饰品,让整个签售会变成一场豹纹派对。

新专辑《有我在》发片两周,已分别在台湾G-Music、五大双榜两大唱片行抢下冠军宝座。 实习生 谭金环 本报记者 夏琦

## 古钟名表珍藏展开幕

本报讯(记者 朱光)“时钟上的记忆”——古钟名表珍藏展日前在上海三民中心开幕。

本次展览陈列了各色中外古钟和各类名表400件。其中价值最高的是一座“十令水发跑船音乐钟”,据介绍,“十令”是指十个铃铛,“水发”是指真的有水滚动如波浪状,跑出来的船也有十艘。整点报时之际,会有10艘形状各异的小船在10个铃铛的奏乐声中载波一一驶过。此外,清代广钟和楼台顶角南京钟、18世纪法国三件套全珐琅铜钟等都甚为罕见。免费开放的这一展览将举办至7月5日。

# “长风地王”入市受热捧 “价值为王”或成豪宅营销突破口

地产评论员 马颖之

昨日,深受市场期待的长风地王首度开盘,中海紫御豪庭的市场反馈远远超出预期。

开盘现场,中海紫御豪庭推出首批精装大平层产品,受到高端客户的热烈响应。据介绍,这批精装大平层产品面积在245-340平方米,套套都属千万元级豪宅。开盘当日,销售总额达到12亿,这在今天的上海高端住宅市场中可谓罕见。

## 高性价比引发争购狂潮

对于熟知中海紫御豪庭的业内人士而言,对于长风地王的开盘热销并不感到意外。

事实上,在中海紫御豪庭开盘之前,已有不少业内人士实地探访过项目公开的250平方米和290平方米的两套样板间,大家普遍对于中海的产品设计,成本控制和管理赞叹不已,“专属电梯、全屋地暖、中央空调、博世家电、高仪龙头五金、科勒进口卫浴等产品,再加上水刀拼花石材及产品户型本身的十字圆厅规划和高达3.15米层高都显示出尊贵的豪宅气质,可见在精装品质上下足了工夫!”更重要的是,中海紫御豪庭的地段稀缺特质早已深入人心,东临长风公园、南望苏州河,光看周围地段价格也知长风前景无限。

当时,就有业内人士指出,无论从居住环境还是居住品质,中海紫御豪庭都超越了

以往的豪宅产品,性价比优势明显。而对于高端购房者而言,高性价比产品才是他们愿意豪掷千万的选择。因此,只要高端需求存在,那么优秀的产品还是会取得良好的开局,像中海紫御豪庭这般高性价比的产品就会引发楼市轰动。开盘的热销也确实证明了这个预期。

## 高端购房者纷纷抛出购房票

开盘当日,身价过亿的地产老总叶先生(化名)幸运地成为了中海紫御豪庭的首批业主。身处地产行业多年的他,无论是买房经验还是卖房经验都十分丰富,不过昨日中海紫御豪庭项目的开盘现场却令他大感意外。

“我非常看重产品的性价比,在选择千万级产品的时候,居住品质、生活便捷度和未来发展空间缺一不可,因此我选择了中海紫御豪庭250平方米四房的精装大平层。居住舒适,基本一步到位,近十年根本无需换房。”为了选到合意的房源,叶先生在开盘前还多买了几个认筹号码。

叶先生表示,只有住惯豪宅的人,才懂得营造豪宅生活的细节。中海紫御豪庭在这方面的用心有目共睹。室内功能区体现出设计师对豪宅生活的精细揣摩,例如餐桌边的红酒柜设计,既符合了红酒不能摆上桌面的传统,又满足了全家人方便取酒的用餐习惯;中西双厨和传菜柜的设计,都考虑到了业主生活的便捷和情调;在客厅与卧室间的过渡空间也很好地保证了生活的私密性。



中海紫御豪庭开盘现场,摇号现场秩序井然

## 热销秘诀:把价值空间留给买家

经中海紫御豪庭开盘争购一役,豪宅市场庞大的高端客群浮出水面。事实上,市场上对于高端产品的需求依然强烈。对于千万级产品的购买者而言,性价比往往是选择的关键。而市场是检验一个产品是否具有高性价比的真实标准,譬如中海紫御豪庭,精装大平层产品在性价比方面做得十分出色,令高端购买者看到较大的价值空间,因而取得骄人的销售业绩。

据现场了解,中海紫御豪庭所面向的购房者以上海西区的高端改善型客群为主,开盘现场,也有相当一部分来自苏州、浙江一带的长三角都市圈买家。据了解,他们在长三角往来经商,把中海紫御豪庭视作上海的

第一居所。“借助虹桥枢纽出行十分便捷,又能够以居住市中心,地段实在没得挑!”在购房者眼中,项目的高性价比不仅体现在目前的市场行情,从长远角度考虑,价值空间仍然十分巨大,因而产品更具吸引力。

中海紫御豪庭项目相关负责人表示:“中海上半年,例如重庆、苏州、南京、杭州等地的热销也说明楼市的需求不是没有,而是适销对路的产品和价格适合的产品不多,每个消费者的心里都有一杆秤,一个标准。无论豪宅也好还是其他物业都亦是如此,并不是价格高就卖不动,而是说要给市场一种高性价比的产品,让购房者看到产品的价值空间。”