

又吵又浮夸  
VS独树一帜的  
光影魔术

# 《繁花》口碑 为何呈两极分化



由胡歌、马伊琍、唐嫣、辛芷蕾主演的《繁花》正在央视八套播出，这部被观众和市场给予超高期待的作品在播出后舆论呈现两极分化，不喜欢的人觉得这部剧又吵又浮夸，连珠炮似的对白让人感到无从入手，喜欢的人认为王家卫首次执导电视剧，凭借独树一帜的光影魔术为观众提供了电视剧审美新体验。

《繁花》是作家金宇澄的代表作，被誉为“史上最好的上海小说之一”。小说拍成电视剧后，光影叙事都具有王家卫的风格，每个镜头都精心打磨，尽享视觉之美，光看片花有人以为是民国剧。与如今观众普遍认同的荧屏现实题材创作方法不同，《繁花》不是一部沉下来写实的作品。

现实中上世纪90年代的上海，就如同《繁花》里闪现的纪录片中的景象，是一种灰蒙蒙的影像记忆。而剧中呈现的镶金边的新贵生活给人一种浮上去的虚幻感，无论是黄河路上的金碧辉煌、红男绿女，还是外贸大楼里的人声鼎沸，那种人人眼中放光、空气中满是机遇与希望的亢奋感几乎要溢出屏幕。

这种不真实又是王家卫的影像特色。所以与其说《繁花》是在1比1复制上世纪90年代的上海街头，不如说是在追寻改革开放之初人们心中那份未知的、新奇的、激动人心的时代感受。《繁花》如同时代经过王家卫的镜头光影而折射成的幻象，它借给观众一双眼，去还原记忆中的流金岁月。

《繁花》故事开篇，青年阿宝（胡歌饰）拜商界高手爷叔（游本昌饰）为师，左手炒股、右手外贸，借改革开放的春风，跻身成为上海商界的后起之秀。剧中阿宝的生意经是“不响”：“做生意先要学会两个字，不响，不该讲的，说不清楚的，没想好，没规划的，为难自己，为难别人的都不响，做事情要留有余地。”剧情播到现在，每一起商战都在突出阿宝的“不响”。

作品的叙事风格像武侠片、谍战片，就是不像规规矩矩的商战剧，爷叔的生意经“派头、噱头、苗头”，正是作品气质的写照。一个针织衫厂家老板坐地起价，又被阿宝“教育”的简单剧情，从一开始就讲得云里雾里来增加张力，被网友评价“卖个针

织衫硬生生搞出了毒品交易的阵仗”。

九0高龄的游本昌表演很出彩，是这部剧最大的选角彩蛋，但爷叔这个角色设定又很悬浮，剧中烟酒店老板说：“爷叔有一张神秘的通信簿，只要打通其中一个电话，就可以搞定一件难事。”“黄河路保卫战”，爷叔摊开通信簿，先是香港金厨神兵天降，再以30万元欠条逼退劲敌。

除爷叔这个神机妙算的诸葛亮之外，主角阿宝身边还有三个女人相助。夜东京老板娘玲子（马伊琍饰）凡事摆得平、搞得定、输得起；外滩二十七号的汪小姐（唐嫣饰）人生像一张没有写过的纸；身世成谜的北方女人李李（辛芷蕾饰）开局不凡，寸寸土寸金的黄河路风云变色。

开金手指配无敌军师，再加上三女爱一男的设定，这样的“杰克苏”故事因过时而让人拉低好感。

根据酷云的收视率数据，《繁花》开播首日的收视率是1.9984%，但高开之后并未高走，而是呈现出稍微回落的态势，到1月1日稳定在1.7339%。《繁花》在开局阶段口碑未达预期，总体而言是叙事上的强风格难掩故事本身的薄弱，电影质感的画面再精美，讲究过头也会显得故意摆谱，尤其是放到电视剧长叙事中，会让观众产生审美疲劳感。王家卫“下凡”拍剧集口碑如何，不光要看架势和腔调，最终还是要回归到故事本身能否撑得起这部时代大剧。

据北京晚报

## 逗笑年轻人？ 贺岁档交了两张卷

《非诚勿扰3》上映9天票房仍未破亿，《年会不能停！》引发大量共鸣

最近，两部喜剧电影不免要被拿来作比较——爱情喜剧片《非诚勿扰3》上映9天，票房仍未破亿，豆瓣6.0分，这意味着贺岁档开创者冯小刚此次“空降”贺岁档以失败告终。同场竞技的职场喜剧《年会不能停！》已破10亿，电影带来的职场话题刷屏，豆瓣逆袭至8.2分，成了妥妥的“黑马”。此番战况如此鲜明，令人深思的不仅是老牌导演与青年导演的PK，而是当下的我们到底需要什么样的喜剧。

### 观众迭代，笑点也迭代了

从市场来看，一方面，喜剧一直是刚需，喜剧电影总能收获高关注度，而且各种类型的影视剧，甚至舞台剧，都在试图融入一些喜剧元素，在边角角的地方让观众情绪得到短暂纾解。另一方面，各类调研报告显示，当下院线电影的观众“画像”以年轻人为主。《2023中国电影市场年度盘点报告》显示，29岁以下的年轻观众占比超半数，00后正在成为电影观众市场的主力军。

观众迭代了，“笑点”自然也迭代了。基于此，“如何逗笑年轻人”，成为新课题。从

《非诚勿扰3》和《年会不能停！》的解题思路来看，前者还停留在“老牌IP”的要贫嘴上，内容老套甚至低俗，与观众渐行渐远。后者已深入青年人奋战的职场，以高代入感收获观众强共鸣，并给予观众情绪宣泄的出口。

2008年《非诚勿扰》上映时，就因为不少名场面和金句而收获观众与票房。到了《非诚勿扰3》，配方不变，果然被吐槽“过时”。看得出冯小刚为迎合当下而做出的努力，用了流行的多巴胺配色，虽然对黄昏恋来说有些浮夸。用了AI元素，但也只是科幻皮毛，影片中真笑笑和AI笑笑与男主角展开的“二女争宠”，无论是台词还是对女性心理的臆想，都让人不适。并且吃相难看的是，影片从头至尾植入了饮料、电商平台和汽车等广告。



### 如何让人坐得住、笑得出

再说《年会不能停！》，采用了喜剧中最传统的“因身份错位而引发系列啼笑皆非”的设定。影片有很强的职场贴近性，给观众提供了“情绪价值”。很多观众通过该片知道了大厂职业“黑话”，诸如“对齐颗粒度、聚焦在垂直领域、打通底层逻辑、完成新的业态，实现闭环的矩阵”等，当下流行的“废话文学”也用得很溜，比如“问题的关键，是要找到关键的问题”等，都让年轻观众直呼“太对味儿”。电影的喜剧外壳之下，是“接地气”的职场故事，办公室文化、潜规则，以及官僚不作为等均有涉及，这些让坐在影厅里的职场人感同身受。

吐槽归吐槽，《非诚勿扰3》的折戟，让不少观众唏嘘。因为冯小刚1997年凭借《甲方乙方》开创了贺岁档，此后又凭借《大腕》《不见不散》《没完没了》《手机》《我不是潘金莲》以及《非诚勿扰》系列等十多部喜剧片，成为电影贺岁档喜剧片代言人。然而随着时代的变化和观众需求的多样化，冯小刚的电影风格似乎固化了，却继续背对着观众，用经验复制新作品，不仅创作态度傲慢，也难以适应当下市场。

那么，问题来了，年轻的人们与互联网共成长，生活在短视频壮大的年代，看过太多搞笑段子与弹幕。喜剧电影怎么才能让年轻人坐得住又笑得出呢？解题的关键可能在于是否深入了解过年轻人。只有参透他们遇到的真故事真问题的本质后，并以幽默趣味的方式呈现，同时给予一些希望，才有可能让他们哭让他们笑。提供情绪价值并让他们获得思考的“离场感”，这或许是喜剧创作需要多多努力的方向。

扬子晚报 孔小平