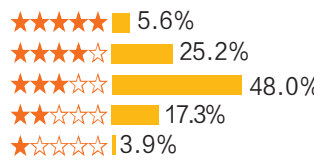


看片·热映

鉴定对象:《两只老虎》
上映日期:11月29日

葛大爷的COSPLAY

6.2



发套,再发一根高尔夫球棒,他就能变成一个有故事的有钱人——这只是COSPLAY!我的建议是,赵薇和李非可以去学习下同期公映但排片远不如《两只老虎》的《利刃出鞘》。同样是戏剧化的切入点——家族顶梁柱神秘被杀;旁观者闯入——这里是侦探而不是绑匪;几个切面——侦探探家族成员的几次接触……但最终每个家族成员的人生脉络都跃然眼前。如何展现“水面上的冰山”,李非当以此为师。



《两只老虎》刚上映的时候,排片在同期影片中最高。也难怪,主角葛优赵薇乔杉,配角范伟闫妮……这阵容,外界估摸着就算不是“十分出色”,起码也会“非常好笑”吧?结果上映一个多星期,排片率虽还撑着,上座率却始终很低,最终票房自然不可能火爆。这让我不禁欣慰,好片不靠排场,中国观众看质量不看流量,还是挺有鉴赏力的。

《两只老虎》是发生在绑架者和被绑架者之间的故事。乔杉绑架葛优,原本的目标很明确:要钱,不然就撕票。没想到葛优偏偏不怕死,于是两人之间就力量平衡了。葛优占据了主动;要钱可以,但你要帮我办三件事。这三件事分别对应爱情、友情、亲情,最后不管任务完成得如何,葛优得到了救赎——原本他被绑架那天,刚好是万念俱灰想要自杀的……这么看,是不是觉得这故事还不错?只可惜,拍电影不是电影大纲比赛。是骡子是马,终究还是要变成影像在大银幕上一道才算是的。

《两只老虎》剧本的优点,在于它从葛优这个人物的最戏剧化时刻——被绑架——切入,再

通过三件事——他要求乔杉完成的三个任务,以及这三件事所涉及的三个人——曾经的爱人、战友、亲人,来拨开云雾,展现这个人的真正面目。但问题也出在这:所谓“以小见大”,电影只是个多星期,排片率虽还撑着,上座率却始终很低,最终票房自然不可能火爆。这让我不禁欣慰,好片不靠排场,中国观众看质量不看流量,还是挺有鉴赏力的。

《两只老虎》是发生在绑架者和被绑架者之间的故事。乔杉绑架葛优,原本的目标很明确:要钱,不然就撕票。没想到葛优偏偏不怕死,于是两人之间就力量平衡了。葛优占据了主动;要钱可以,但你要帮我办三件事。这三件事分别对应爱情、友情、亲情,最后不管任务完成得如何,葛优得到了救赎——原本他被绑架那天,刚好是万念俱灰想要自杀的……这么看,是不是觉得这故事还不错?只可惜,拍电影不是电影大纲比赛。是骡子是马,终究还是要变成影像在大银幕上一道才算是的。

《两只老虎》剧本的优点,在于它从葛优这个人物的最戏剧化时刻——被绑架——切入,再

本,在一个个重量级人物加入后,又如何进行了一番番大规模的调整。于是,我们看到了第一个任务里,赵薇那大段像在参加《演员请就位》的浮夸表演;看到了第三个任务里,跟主线其实毫无关系的闫妮莫名贡献了一段类似《新龙门客栈》里张曼玉的搔首弄姿;第二个任务好不容易有正主葛优的出场,他和范伟的对手戏也堪称完美,但可惜情节仍浮于表面——在糟糕的剧本里,演员表演得越好,反而越让人可惜。

这是很少见的葛优不讨人喜欢的角色。在过去,葛大爷几乎能驾驭一切,即使剧本稍有欠缺,他也能自己的人生经验和业务能力将漏洞悄悄补齐。但这次连他也无能为力了,可见人物的现实基础是多么“空中楼阁”。不是给葛优穿上西服戴上



MUSIC

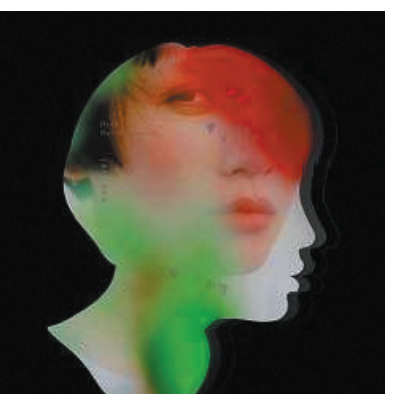
鉴定对象:魏如萱
《藏着并不等于遗忘》
发行时间:11月20日

三年前,魏如萱那张《末路狂花》的艳丽和疯狂让人记忆犹新。如今,她产后复出的新专辑《藏着并不等于遗忘》风格大变。有人觉得这张专辑“正常”得不像魏如萱,但在在我看来,她却在这张专辑里找到了最好的平衡:一度过分戏剧化的唱腔,在这张专辑里重新回到容易被大众接受的范围;音乐风格上收起了过往夸张的棱角,却仍有少女般的脆弱。

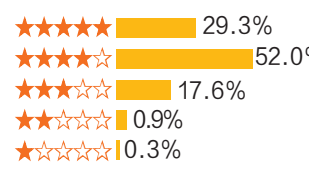
前半张专辑的编曲和魏如萱的气声唱法营造出水汽氤氲的迷幻感,歌曲的主题仍然保留着魏如萱特有的“不安定感”。《恐慌症》通过逐渐紧迫的节奏敲打听众的耳膜,让人切身感受到歌中的失序和焦虑;《Ophelia》以莎士比亚名剧《哈姆雷特》里因精神错乱失足落水的女性角色 Ophelia 为主题,唱出女性在爱情中的自溺,诗人夏宇献声朗诵诗,更为这首歌增添了画面感;《既然不再假装自己不是多愁善感的诗人》则以复古 city-pop 的节奏,描述了爱情中的痛楚和

当妈之后更加温柔

文/胡广欣



7.9



甜蜜。

后半张专辑则更为温柔。雀斑乐团主唱斑斑创作的《海鸥先生我爱你》、黄玲创作的《儿歌》充满童趣。女歌手当妈之后还能出好作品吗?这张时隔三年的新专辑给出了一个肯定答案。



POSTER

鉴定对象:《叶问4》
上映时间:12月20日

昂首天地间

电影《叶问4》近日发布了一张杜比影院海报。咏春拳的木人桩被放大数倍,矗立天地之间,而甄子丹饰演的叶问宗师则站在桩上,立于云端。海报语“让世界看见”为双关,既暗示叶问这回将让世界见识咏春功夫,也突出了杜比影院相当于普通影院500倍的超高画面对比度。

《叶问4》是《叶问》系列的完结篇。在此前的发布会上,甄子丹

在相伴十年的木人桩上留下了二字感言:“再会!”并跟它深情“拥抱”,感动了不少网友。《叶问4》除了体现咏春功夫,还展现了海外华人的深厚凝聚力。独处异乡的叶问将联手众多海外同胞:中华总会会长万宗华、徒弟李小龙、华人赫文……众人一致对外,共同捍卫民族尊严,挥出民族大义的一拳。

“我们是不是应该用中国武术,去改变外国人对我们华人的

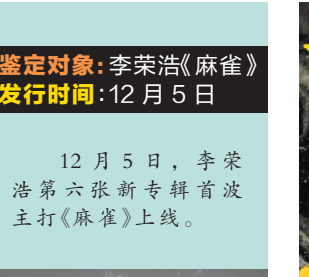
偏见?”这不仅是电影中的金句,也是导演叶伟信想要传达给观众的信息。他在采访中表示,希望通过这部电影让现在的观众知道“李小龙、叶问是怎样用中国功夫影响到世界”。

作为近年来颇具代表性的功夫片,《叶问》系列多次获得金像奖最佳动作设计。这次《叶问4》也将展示甄子丹“一秒打七拳”的绝技。



鉴定对象:Camila Cabello
《Romance》
发行时间:12月6日

“卡妹”Camila Cabello 推出个人全新第二张大碟《ROMANCE》,收录《Shamless》《Liar》《Cry For Me》等多首金曲。



鉴定对象:李荣浩《麻雀》
发行时间:12月5日

12月5日,李荣浩第六张新专辑首波主打《麻雀》上线。



鉴定对象:李宇春《咏春》
发行时间:12月6日

李宇春为电影《叶问4》演唱主题曲《咏春》。原曲作曲由川井宪次,陈沁扬改编作曲,词人方文山操刀作词。

特别报道

红橙飘香百姓富 家电“智造”再腾飞

廉江擦亮“中国红橙之乡”“中国小家电产业基地”两大名片,两大引擎助推高质量发展



廉江红橙声名远扬持续走俏 王德斌 摄

制图/黄文倩

“一年好景君须记,最是橙黄橘绿时。”仲冬时节,廉江大地上“红橙滚滚”。12月7日,“红橙节暨家电博览会”在廉江开幕,欢快氛围让城市升温。数以万亩的绿树红橙、智能化的电器设备,获得了投资者青睐。据悉,在2019廉江“红橙节暨家电博览会”举办期间,廉江当地共签约了项目11个,金额达77.8亿元,为红橙、家电两大产业注入强劲动力。

十多年来,岭南佳果廉江红橙声名鹊起,优良果品为赢得世界食客赞誉;从组装设备开始的廉江电饭锅,到如今廉江“智造”的高端家电集群……廉江以扎实的步履,让果香传得更远,让家电“巨舰”乘风破浪,继续擦亮“中国红橙之乡”“中国小家电产业基地”两块闪亮名片的同时,其产业集聚效应正不断释放。

从“土货”到“网红”红橙飘香带富一方

“今年的水果已卖出60%,我们出产的红橙是绿色无公害水果。”12月5日,廉江市龙盛种植专业合作社社长龙世超受访时说。12月前后,廉江的红橙树上挂满了金黄的果子,进进出出的外地车牌货车,演绎着丰收畅销的喜庆景象。刚刚采摘下来的新鲜红橙,吸引了客商的眼球。经分拣、打蜡、包装后,它们将被送往北京、上海、深圳、长沙、南京、山西等地。

在塘尾岭种植基地,标准化种植的红橙被分成一畦畦,间距明显。龙世超告诉记者,过去

村民分散种植,果品层次参差不齐。“丰收之时压遍乡,虫害来临果零星”的情况时有发生。近年来,当地政府主动作为,盘活资源,通过规模化种植,从育苗、种植、施肥、杀虫、收购等一条线的标准化技术扶持,让廉江红橙这一岭南佳果得以不断正名,以皮薄果甜、汁多化渣的特点成为水果市场“新宠”。

廉江红橙声名远扬,极佳的口感也迎来和远方食客的邂逅。2014年年底,廉江小伙黄小龙回到故乡,发现优质的红橙卖不到好价格,且销路不畅,导致“果

贱伤农”的局面。2015年7月,他将红橙引入电商平台,把优质红橙以10斤138元、5斤78元包邮等价格不等包装,为红橙插上了电商的翅膀。随后,他和伙伴们建设了PC、商城、微店等多平台供顾客互联网下单,还利用抖音直播、“网红带货”等新兴宣传手段,结合主流媒体推广,开启了红橙的电商之旅。黄小龙曾创下每天近3万份订单,一天发出10万多斤的纪录。果靓价高,红橙收购价上涨,也让种植

从组装到“智造”廉江家电再次出发

十多年前,带着“建电饭锅之乡,煮天下人之饭”口号,廉江的小家电从组装电饭锅出发。如今,行走在“智造”征途上的廉江小家电产业从未停歇,智能化升级步伐越走越快。

在广东华强电器集团有限公司智能自动化车间里,自动打包的机器人、码垛机器人正在作业。展厅里的互联网总控大屏幕前,注塑车间、冲压车间、总装车间作业状况一目了然。

广东龙力电器有限公司是一家电水壶龙头企业,从2018年起公司投入了1000多万元,购入了45台注塑机机器人和21台注塑机。经过升级,原本工艺线体所需工人大幅降低。

近几年,在几家龙头企业的带动下,廉江家电企业先后走上了智能升级之路。目前,廉江90%以上的小家电企业开始了不同程度的技术改造,购入了自动化生产设备,加大研发投入,廉江“智造”也因此走向世界:生产并销往

世界各地的电饭锅、电热水壶超过3.4亿个,年产值逾260亿元。

为做好配套服务,集“产品研发中心、‘互联网+’创新中心、大数据中心、产品检测中心、采购中心、营销中心、企业孵化中心、行政服务中心”于一体的廉江小家电产业公共服务平台已于2018年6月启动建设。目前,正在进行第五层主体工程,明年6月前可投入使用。

据当地工信部门介绍,规划的创新中心目前有四个示范项目,涉及三条自动化生产线和一个智能工厂,设计方案均为行业首创。

红橙节还邀请格力、创维等国内知名家电品牌参展,并让珠海格力智能装备有限公司牵头,联合龙力、华强、威王等廉江小家电企业组建运营公司,共同运营广东省小家电智能制造区域创新中心。廉江家电2020-2021年将完成80家规模以上小家电企业智能化升级,最后通过100家规模以上企业智能化升级,打造廉江区域品牌的示范区域影响。



据当地农业部门介绍,廉江红橙销售已覆盖京东、天猫以及全国各大城市的盒马鲜生、沃尔玛超市、百果园等。

如今,红橙产业成为了廉江乡村振兴、村民脱贫致富的重要抓手。据统计,目前,廉江红橙种植面积达7万亩,产量8.5万吨,产值达15亿元,成为当地支柱性产业。规模化种植和多元化销售渠道,让廉江红橙从当年的“路边摊”土货,成为了眼下高端水果市场的“网红果”。

两大产业 引领高质量发展

近年来,廉江红橙和家电业两大产业并驾齐驱,两大引擎助推廉江经济高质量发展。2019廉江红橙节暨家电博览会主办方表示,和往年红橙节不同的是,今年的博览会将“小家电”改为“家电”,呈现了智慧制造的大气;此外还举办中国电器科学院创意展,同期进行经贸和商品交易签约,扩大博览会影响力。

据介绍,2003年,廉江当地把红橙和小家电搬到同一舞台,“中国红橙之乡”和“中国电饭锅之乡”两大品牌一炮而红。在加大两者融合后,红橙节的内容不断丰富,自2006年起还专门设置了“家用电器”展区以及相关投资项目洽谈签约仪式。2018年红橙节上的项目合同投资额达94.69亿元,其中很大一部分来自小家电项目。

红橙节搭台,筑巢引凤,龙健集团就是其中被引进的一家高科技公司。今年,在武汉举办的第七届世界军人运动会,从场馆的扩音系统传出的声音分外清晰嘹亮。鲜为人知的是,这些扩音系统全部是廉江制造。去年,龙健集团在红橙节上签约入驻廉江,聚焦音乐、文化领域产业,集研发、制造、销售等于一体。军运会上的成功亮相,龙健向世界唱响了“廉江之音”。

红橙节暨家电博览会的隆重举行,也向八方客展现了廉江扩容提质成效。今年9月28日,全长12公里双向八车道的廉江东环大道竣工通车,成了当地浓墨重彩的一笔。

除此以外,廉江“三高速二高铁一动车多出口”的对外交通格局雏形已经呈现——玉湛高速、合湛高铁、张海高铁等都在规划建设,省道S286、S293、S287、S388、“东西大动脉”国道325改线成辐射周边城市和重要交通节点的纽带。

多年来,廉江市委、市政府以“一年一小变,三年一大变”的速度高歌猛进。素有广东“西大门”之称的廉江市,正日渐成为吸纳珠三角产业转移的腹地和外溢东盟市场的“始发港”。

产业腾飞时,城市魅力显。在“2019廉江红橙节暨家电博览会”的精彩正在不断上演,红橙和“智造”,将在廉江未来高质量发展中继续发挥重大作用。

智能机器人亮相博览会 钟文 摄