



《寻味东莞》令美食成为东莞的新名片，制片人李洁谈拍摄故事

# 寻味酸甜苦辣 细品百味人生

羊城晚报记者 龚卫锋 实习生 余淑媛

桂味荔枝、林旁粽、黄油蟹……随着纪录片《寻味东莞》正式收官，美食如今成为东莞这座现代城市除“世界工厂”之外的一张新名片。通过这部由中共东莞市委宣传部、稻来传媒联合出品的城市美食纪录片，全国观众感受到东莞鲜为人知的风土人情，也了解到城市文明与农耕传统融合的岭南风貌。

为何选择东莞拍摄这样一部纪录片？美食纪录片如何拍出新意？如何打造美食IP的产业链？美食纪录片为何青睐广东？……带着这些问题，羊城晚报独家专访了《寻味东莞》制片人李洁。



## 《寻味东莞》

“通过食物展示东莞鲜为人知的一面”

2017年2月，李洁和团队第一次到东莞调研，了解基础信息后敲定了这个项目。他们想到可以延续《寻味顺德》的概念，把“寻味”系列做下去，于是便有了《寻味东莞》。

羊城晚报：《寻味东莞》和《寻味顺德》是不是一个系列？

李洁：我们团队可能会把“寻味”系列做下去。不过做《寻味顺德》时，我们并没有想做成系列。做《寻味东莞》的契机，是接到东莞市宣传部的邀请，为东莞拍摄一部美食纪录片。在此之前，我们对东莞的人文生活、风味美食太不了解。而且在这个节目之前，没有人系统地去介绍东莞本地的特色美食。

羊城晚报：接到邀请后，你们才想到把“寻味”的概念嫁接过来？

李洁：东莞是一个难得的城市样本，它在高速发展的同时，保留了农耕时代岭南地区的传统样貌、风俗关系。通过做《寻味东莞》，更加坚定了我们做“寻味”系列的初衷，因为我们通过食物看到了东莞鲜为人知的另一面：客家人在丘陵的生活、广府人在水乡地带的生活、疍家人在虎门边的生活……可能连很多珠三角地区的人都不一定知道。

羊城晚报：《寻味东莞》为什么只有三集？

李洁：我们在制作之前，会考虑用模块、逻辑来梳理内容。根据调研，我们认为“天时”“地利”“人和”三个方面能够代表东莞，就去寻找相应主题，确定三集的体量比较合适。

羊城晚报：制作这档纪录片“难”在哪里？

李洁：在做这档纪录片前，我们对东莞的了解不够，需要重新去发现，找到让观众耳目一新的传播力。我们与当地市、区、镇、街的宣传工作人员联系，了解当地的基础情况，寻找人与食物的必然联系。为了拍摄



## 美食纪录片

“打造完整生态链在长远计划之中”

近年，美食纪录片是纪录片界的“蓝海”，《舌尖上的中国》成功后，《水果传》《早餐中国》《人生一串》等高分美食纪录片开始席卷屏幕。陈晓卿的“稻来”团队打造了“风味”系列、“寻味”系列纪录片，堪称业界最会拍美食的团队。

羊城晚报：如果“寻味”系列要拍下去，下一站去哪里？

李洁：“寻味”系列确实想继续拍下去，我们通过“寻味”看到了中国一些地区不为人知的一面。至于下一个要做哪个地区，还得一步一个脚印。作为民营制作公司，我们人不多，产量也不高，创作得看意愿和时机。我们现在正在筹备《风味人间》第三季，公司的项目在一个滚动筹备的状态中，“寻味”也在工作清单里。

羊城晚报：你们团队似乎一直在做美食纪录片？

李洁：我们可能就是这几年因为美食纪录片，被大家关注得比较多。如果说陈晓卿老师，他是从做社会现实类纪录片开始的，在上世纪90年代做了一系列这类纪录片。我加入团队是在1999年，一开始做《百年中国》，2007年尝试了自然类商业纪录片《森林之歌》。可能大家知道我们是从《舌尖上的中国》开始，但其实我们是一个专业纪录片团队，兴趣不仅只是在美食上。这几年，我们还做了社会现实类纪录片，比如与NHK合作了《纪实72小时》。

羊城晚报：你们这几年花更多精力做美食纪录片，是因为美食纪录片可能更容易赚钱？

李洁：纪录片要赚钱是很难的，这是全世界纪录片从业者的共识，我们做纪录片更多就是凭借一股热情。目前看，国内美食纪录片在商业上的空间、对客户的吸引力会大一点，但更重要的是纪录片本身的话题性、关注度。美食纪录片多了去了，大部分都是“裸奔”，相对于电视剧，它的商业吸引力没那么大。

羊城晚报：除了美食纪录片，还有哪类纪录片比较容易吸引商业客户？

李洁：现在有很多纪录片制作得挺好，比如去年有部文化体验类纪录片叫《面包，是空气，是奇迹啊》，还有部时尚类纪录片《我们的浪潮》，都有商业客户的投入。

羊城晚报：你们在美食纪录片的IP产业链开发上有哪些尝试？

李洁：这需要整个制作环节、纪录片生态打通，不是一个制作团队单打独斗可以完成的，也不是一个年轻的制作公司在刚刚成立的阶段，就可以做得尽善尽美。我们和商业客户一起探讨IP产业链开发的可能性，比如送粉丝一些酱油之类的小礼品，算是尝试。让纪录片基于内容打造一个更完整的生态链，肯定是每个从业者的理想状态，我们愿意往这个方向去努力，但是需要更多团队，合力完成这样的工作。

羊城晚报：你们现在是还没有走到那一步，还是说遇到了阻力？

李洁：对于一个刚成立三年的公司，我们一直在和合作伙伴沟通，在节目品牌化、品牌IP化之后，怎么能让这个IP成为一个生态的“自我”？纪录片有没有可能打造一个完整的生态链，这是在更长远的计划之中。所谓变的变现、挣钱甚至玩资本游戏，至少暂时不在我们的计划内。

“不断突破自己才能避免审美疲劳”

美食纪录片做得多，便有了套路。如何拍出新意，是摆在美食纪录片从业者面前的一个难题。按照李洁的话说，团队成员“既幸福又痛苦”，能吃到好多好吃的，但需要吃的东西实在是太多了，还需挖掘美食背后不为人知的文化。

羊城晚报：会不会担心观众对美食纪录片有审美疲劳？

李洁：从入行到现在，这种危机感是随时随地存在的。我们并没有觉得自己做的节目天下无敌，危机感有一部分来自于，怎么能够在自己原有水平上做出更新的内容。

羊城晚报：所以跳出套路尤其关键？

李洁：现在观众水平很高，我经常告诉团队，观众永远是对的。我们做的是商业纪录片，节目要想有传播力，就要让观众认可，所以观众的负面评价都要虚心地研究。现在美食纪录片的确存在一些问题，比如没有核心表达，只靠人物慢动作、近景展示食物，故事情节总是老头老太做农家饭，这是真的不行，我们努力避开这样的套路。

羊城晚报：要把美食纪录片拍出特色，是不是得在提取人文情感方面下工夫？

李洁：我们团队擅长通过美食来关注世界的变化，也有别的团队更擅长所谓“硬核美食”，告诉你这个地方有什么吃的，把食物拍得特别漂亮。不同的路数不存在好坏之分，只与制作团队的兴趣点有关。我们更多的是去寻找大千世界的差异之处，以及这些差异之处相互的关联。“差异”来自于人的劳作，来自于文



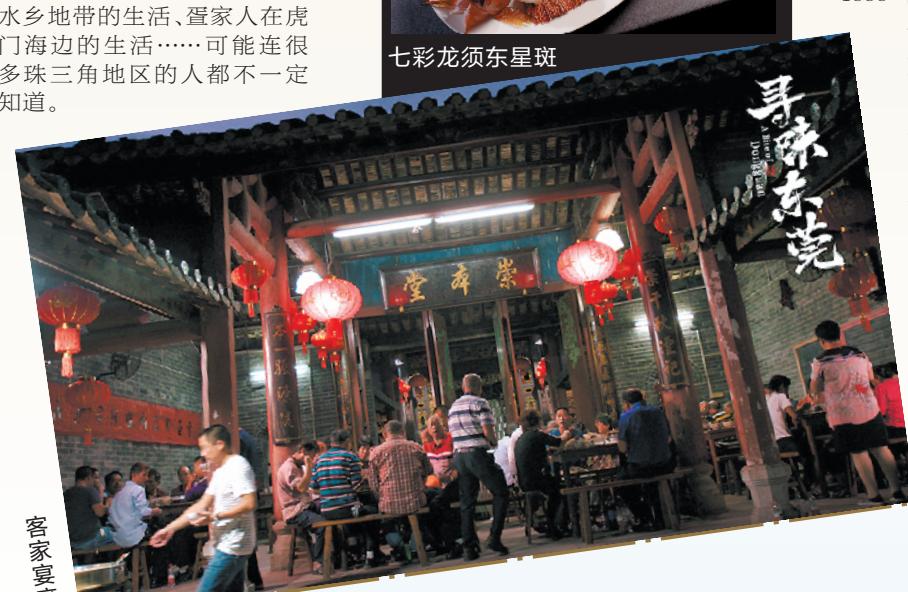
化、口味、人生经历的差异，正是这些差异让这些食物与众不同。

羊城晚报：如何理解美食纪录片的纪实感，对于摆拍的质疑怎么看？

李洁：这是纪录片界长久讨论的一个问题，我只能说我们的纪录片对主人公没有摆拍。我们在前期调研中，对主人公的大致生活规律有所了解，在拍摄前可能不止一次实地测验、调试光线等。在拍摄前，我们会跟他们沟通“你打算做什么”，而不是“我要你做什么”，会根据他们的安排来协调摄影设备和拍摄方案。

羊城晚报：从《老广的味道》《寻味顺德》《风味原产地：潮汕》，再到现在的《寻味东莞》，好像美食纪录片还挺青睐广东，原因是什么？

李洁：广东是中国一个非常重要的美食汇聚之地，粤菜非常具有代表性，做美食怎么也绕不开。另一方面，关于中国其他地方的美食纪录片也有很多，也许出于大家对粤菜的偏爱，更多关注到以广东美食为题材的片子。我们团队对美食充满好奇，一直希望吃遍全国、拍遍全国，要一步一步来。



香港特区政府推出五大措施重振香港电影业

## 2.6亿港元助香港电影业重启

香港特区政府商务及经济发展局13日公布，政府将通过“电影发展基金”预留约2.6亿港元，推出五项主要措施，以增加香港电影制作、培育年轻导演和编剧人才，并加强专业培训，协助业界度过艰难时期，重新启动香港电影业。

这五项主要措施分别是“薪火相传计划”“电影制作融资计划”放宽措施、“剧本孵化计划”、香港电影工作者总会及香港电影导演会举办的短期进阶培训课程，以及落实优化“首部剧情电影计划”。

香港特区政府商务及经济发展局长邱腾华表示，受社会事件及疫情影响，香港电影制作及投资缩减，电影公司和从业人员在过去一年面对严峻挑战，政府因此希望多管齐下，协助业界度过寒冬，也为行业注入新动力，延续香港电影的成功故事。

“措施覆盖电影行业不同层面人士的需要，可让他们在各自岗位发挥才能，各司其职，为业界迎来新气息。”香港电影发展局主席王英伟说。

据介绍，“薪火相传计划”将预留约1亿港元资助开拍10至12部电影，每

部电影资助额约900万港元，并邀请有一定资历的导演作为监制，联合一至两位年轻导演开拍本地电影，借此鼓励导演提携后辈，提升港产片素质。

在“电影制作融资计划”放宽措施下，特区政府将提高政府实际融资额，让投资者优先收回一半投资，以及提早发放政府融资。预计将有超过10部电影制作受惠，涉及政府融资共1亿港元。

对于资助业界提供免费短期进阶培训课程，香港电影工作者总会及香港电影导演会已获基金资助共约

2000万港元，并推出“电影工作者跨部门技能提升计划”及“香港电影导演会—专业培训计划”，为业界提供短期进阶专业培训，并豁免学费，为行业增值。

“电影发展基金”于1999年成立，多年来通过各项计划资助了约60部电影制作，起用了约40名导演和19名监制，赢得超过110个本地和国际奖项。特区政府先后向基金共注资15.4亿港元，就人才培养、提升港产片制作、拓展市场及拓展观众群四大方向支援香港电影业发展。（新华社）



香港尖沙咀星光大道上一组反映电影工作的雕塑

图/视觉中国