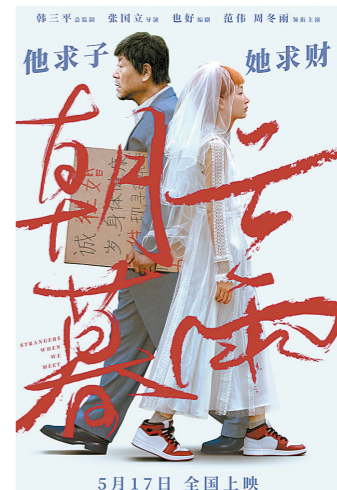


电影《朝云暮雨》定档5月17日 范伟周冬雨演夫妻

由韩三平总监制，张国立执导，范伟、周冬雨领衔主演的电影《朝云暮雨》近日宣布将于5月17日全国上映。影片改编自真实故事《穿婚纱的杀人少女》，已入围第十四届北京国际电影节天坛奖主竞赛单元。



片中，范伟饰演的老秦思想迂腐，一心求子，给死去的父母“尽孝”；周冬雨饰演的常娟主动接近老秦，骗婚求财，她背后似乎隐藏着更深的秘密。这也是范伟、周冬雨的首次合作，身为同届金马奖最佳男女主角，两人将第一次在大银幕上演对手戏。

张国立透露，他曾担心老秦和常娟的角色经历太过特殊，演员们无法演绎出角色的复杂性。但电影一经开拍，张国立便完全放下了顾虑：“这两个演员都把自己的角色拿捏得十分妥帖。如果现在再让我来选演员，我会说非他们两个不可。”

羊城晚报记者 李丽

《我们一起摇太阳》将在日本上映

近日，由韩延执导，彭昱畅、李庚希主演的《我们一起摇太阳》片方宣布，影片将于4月19日在日本东京Cinemart新宿影院限量上映一周，后陆续在全日本上映。此前，《我们一起摇太阳》已于4月5日随中国影展在日本

东京、大阪、名古屋等部分影院限定上映一周。

《我们一起摇太阳》曾于今年2月10日上映，截至2月14日16时，累计票房8933.35万元，票房占比1.6%。随后，片方宣布由于在档期选择上出现了重大失误，《我们一起摇太阳》退出春节档，延后至今今年3月30日上映。再次上映后，该片首日票房超千万。

作为韩延导演“生命三部曲”系列终章，《我们一起摇太阳》延续了一贯的对生命议题的独到思考，讲述了“没头脑”吕途（彭昱畅饰）和“不高兴”凌敏（李庚希饰），两个身患重症却性格迥异的年轻人，因为“生命接力”的约定，阴差阳错地踏上了一段充满爱与力量的治愈之旅。影片在日前放映中收获了豆瓣7.9分的高分口碑，吕途和凌敏双向救赎的纯爱故事展现了生命的无比坚韧。

羊城晚报记者 吕航

大鹏监制爱情喜剧电影《骗骗喜欢你》定档跨年

近日，由大鹏监制，苏彪执导，金晨、孙阳、李雪琴、王皓、王耀庆领衔主演的爱情喜剧电影《骗骗喜欢你》发布海报和预告，定档跨年。

《骗骗喜欢你》讲述了背负巨额欠款的打工女孩林晴朗（金晨饰），机缘巧合之下结识了行骗高手欧阳（孙阳饰），两人一拍即合，携手为林晴朗前男友量身定制“恋爱骗局”。

继《孤注一掷》后，金晨孙阳再携手，演绎一对在爱情和骗局之间游走的“骗子情侣”。定档海报中，金晨笑得格外甜蜜，孙阳搂住金晨的动作亦是男友力十足。

两人《孤注一掷》中的精彩对手戏让人记忆犹新，但角色不圆满的结局也让很多观众难以释怀。如今，两人再度携手，延续的“骗子”人设、全新的情侣身份都令人期待。



大鹏凭借独特的喜剧风格和敏锐的市场洞察力，在近年创作了多部深受观众喜爱的作品。他主演的电影《年会不能停》在此前的跨年档中精准抓住与观众高度共鸣的笑点，收获了超高口碑，成为票房黑马之作。

羊城晚报记者 李丽

徐峥自导自演 电影《逆行人生》杀青

由徐峥执导，徐峥、辛芷蕾领衔主演的电影《逆行人生》近日杀青，片方发布“出发”版海报。海报中，徐峥与辛芷蕾以快递员身份亮相，与“出发”版海报中非正式初见面“峥哪”。

电影《逆行人生》讲述曾经的互联网大厂中层高志金（徐峥饰），因意气用事成为“家里蹲”，却没想到人生从此进入“逆行”道。当生活的重担来临，他不得不重新挑起作为一家之主的担子，进入外卖行业，面对自我，重新出发。影片取材于上百个外卖员的真实素材，展现这群始终奔跑在路上的人们的生存状态与喜怒哀乐。

非正式初见面“峥哪”中，徐峥与辛芷蕾二人共同探讨“再就业”话题，以“大厂”视角展现被裁员后的心态。徐峥“妙语连珠”一系列“互联网黑话”道出外卖员的职业特点，在与辛芷蕾的相互试探中，两人共同认证了“同行”身份，各种反转颇具“笑”果。

此次发布的“出发”版海报中，画面主体是外卖员、快递员等一众“骑手”，他们向上扬起的脸展示着十足的生命韧



劲。海报中写实的角色状态与嘈杂的环境，彰显影片的现实主义底色。

徐峥这次自导自演，携手辛芷蕾、王骁、冯兵、丁勇岱、丁嘉丽、贾冰、黄小蕾等一众实力派演员，以及郭家楷、刘美含等新生代演员，描绘外卖员的哭泪故事。羊城晚报记者 李丽

《我们仨》夺得收视四连冠 「熟人综艺」为何屡屡出圈

《我们仨》夺得收视四连冠

组成“轻轻松松宇宙最强编剧团”，让各种段子在他们中间激发出最大“笑果”。



2017年，《向往的生活》首播，将熟人综艺和慢综艺两种模式深度捆绑。节目中，黄磊、何炅、刘宪华三人一起守拙归田园，为观众带来一幅“自力更生、自给自足、温情待客、完美生态”的生活画面，节目获得了不俗反响，并持续推出了七季，尽管后期人员有调整变化，但黄磊、何炅的固定搭档不变，始终“撑起蘑菇屋这个家”。

近两年，已在演艺圈沉寂许久的0713“再就业男团”通过《向往的生活》第五季的衍生综艺《欢迎来到蘑菇屋》翻红爆火，随后成为各大综艺常客，还有了《快乐再出发》等常驻综艺。相识十几年带来的凝聚力和默契度，让“再就业男团”成为各个节目的收视率保障。

值得一提的是，熟人综艺还可由长寿综艺演化而来。邓超、李晨、鹿晗、陈赫等活跃在《奔跑吧》《极限挑战》等长寿综艺里的常驻嘉宾，在超长的搭档时间里培养了友情，不仅反向助推节目演化为熟人综艺，更以相同班底再起炉灶打造《哈哈哈哈哈》，延续“冤种兄弟情”。

在过往认知中，嘉宾阵容越豪华、游戏设置越成规模，资金投入越大，综艺节目获得成功的概率越大。然而，当下综艺市场的竞争激烈，招商难度大增，营销成本居高不下，多数节目组更倾向于制作难度小、风险可控的节目类型。相比于体现“爽感”的运动类、竞技类或者推理类综艺，时间与资金投入成本低，制作难度小，是熟人综艺的优势。

2019年底，嘉宾高以翔在录制都市夜景追跑竞速秀《追我吧》时，突发心源性猝死，不幸去世。最终，这档强调“不可复制的实景体验感”，节目装置、舞美搭建费用超过1亿元的极限节目停播。据悉，为突出视觉效果，节目组选择在夜晚录制，在环节设定上，也设置了梅花桩、飞檐走壁、徒手爬高楼等各种高强度环节。

这样的强度，让奥运冠军李小鹏在节目中直呼：“不行了，我真的跑不动了”，曾经参与节目又退出的嘉宾钟楚曦表示，“真的太累了，录完节目吃了三天速效救心丸。”

成本可控，便于“以小博大”也是熟人综艺走红的重要原因。

另外，由于主打熟人局，靠着艺人之间的互相引荐，熟人综艺的艺人费用也会大大降低，甚至等于零。众所周知，“熟人综艺天花板”《欢迎来到蘑菇屋》，便是由陆虎充当了免费艺人统筹，抱着“反正也没活，大家聚一聚”的心态，用零费用邀请到了几位“07快男”参与录制。

从招商上来看，熟人综艺也颇受市场和广告商认可。比如《向往的生活》第四季迎来了节目自开播以来最多的广告投放——多达14个品牌商，涵盖了饮品、手机、智能家居、汽车、宠物用品、手机应用、粮油等门类。而每集节目的时长只有10余分钟，这意味着，几乎不到10分钟就会有一轮广告植入，且时长不定。另外，节目电视台和网络平台播出时，还会有广告植入。

为此，黄磊特意在先导片中给观众打预防针：“这一季广告确实多，希望观众朋友们多担待，我们尽量弄得有趣一点。”广告太多，对于节目内容质量的损伤是肉眼可见的，但是熟人综艺的吸睛能力也可见一斑。

投入小、制作难度低，却有望引起高讨论度，无怪乎熟人综艺越来越成为中小体量综艺中最火热的类型之一。

《向往的生活》将熟人综艺和慢综艺两种模式深度捆绑



《我们仨》海报



《我们仨》的熟人局

不用高强度竞技，主打欢乐佛系

制作

另外，嘉宾的综艺艺能有高有低，“梗王”“综艺达人”往往能调动节目气氛，相应的镜头也就更多，但也容易让某些慢热的“1人”（内敛的人）嘉宾变成背景板，造成节目内容的失衡。

熟人综艺，则让嘉宾更好地彼此关照，避免冷场或某些社恐嘉宾没有镜头的情况，并且足够熟悉的嘉宾们还会共同向节目组争取权益，例如，在已停播的《向往的生活》中，内敛、话少的张子枫受到大家关照，而黄磊“手持拖鞋挺身而出”跟导演组讨价还价的场面屡屡出现，“霸气对抗节目组”的戏码常常逗乐观众。

羊城晚报记者 艾修煜

由「团综」长寿综艺等演化而成

所谓“熟人综艺”，是彼此熟悉的明星嘉宾为主要班底，依托集体旅行、主题聊天或生活体验等形式打造的综艺。

“团综”是熟人综艺的早期模式之一，隶属于同一偶像组合的成员们在镜头前全方位展示合宿生活，既给粉丝展现了成员舞台之外的真实日常，又能让粉丝看到成员之间的默契与火花。

以TFBOYS为例，早在2013年，他们便参与了自制家族综艺《TF少年GO》，随后又陆续推出了真正意义上的团综《TFBOYS偶像手记》和记录成员日常生活的团综《TFBOYS观察日记》。这些综艺节目展现了这个偶像少年组合的成长历程，也为粉丝留下了珍贵物料。

团综并非偶像团体专属，不论嘉宾属性如何，任何由单一公司或厂牌主导的综艺，往往都是熟人综艺模式。例如，《德云斗笑社》和《麻花特开心》分别是由德云社和开心麻花主导的喜剧厂牌真人秀节目。笑果文化在2022年推出的《怎么办！脱口秀专场》，也由李诞、杨笠等彼此熟悉的脱口秀演员

组成“轻轻松松宇宙最强编剧团”，让各种段子在他们中间激发出最大“笑果”。



《我们仨》主打欢乐佛系

原生友情深厚，经得起「冒犯」

设置一些话题“破冰”，这类话题往往社交意味浓重，容易给观众带来距离感。而熟人综艺的话题设置则更轻松随意，容易让观众找到共鸣。

由毛不易、李雪琴二人控场的《毛雪汪》便是其中的佼佼者，开播以来，“杨天真谈爱情与事业”“杨幂教李雪琴谈恋爱”“毛不易李雪琴探讨演艺圈加微信百态”等内容纷纷出圈。

围绕沈月朋友圈打造的好友自助式团综《快乐的大人》也是一个鲜活案例，节目里“王敬轩吐槽吴宇恒不看攻略”等各种旅行中的矛盾被大家以戏谑的方式复盘，既能唤起观众共鸣和思考，又不会过于严肃。

另外，早年间生活类综艺和旅行类综艺常常以主嘉宾之间爆发的冲突为噱头，用剑拔弩张的“下期预告”来让观众欲罢不能。如今，阅综无数、深谙各种套路的观众早已对此“脱敏”，再加上，当下都市人所面临的工作和生活压力较大，如今的生活类和旅行类综艺倾向于传递“治愈感”“下饭”，讲究为观众带来愉悦感和放松感。因此，主嘉宾之间的磁场相合，也是熟人综艺受追捧的原因。

2021年，由董子健、刘昊然、王俊凯担任常驻嘉宾的原生友情真人秀《恰好是少年》，还原了三位高人气艺人与同龄好友相处的真实样貌，素颜、孩子气又中二的“颜值”让观众欣喜不已。

另外，高有低，“梗王”“综艺达人”往往能调动节目气氛，相应的镜头也就更多，但也容易让某些慢热的“1人”（内敛的人）嘉宾变成背景板，造成节目内容的失衡。

熟人综艺，则让嘉宾更好地彼此关照，避免冷场或某些社恐嘉宾没有镜头的情况，并且足够熟悉的嘉宾们还会共同向节目组争取权益，例如，在已停播的《向往的生活》中，内敛、话少的张子枫受到大家关照，而黄磊“手持拖鞋挺身而出”跟导演组讨价还价的场面屡屡出现，“霸气对抗节目组”的戏码常常逗乐观众。

杨冪做客《毛雪汪》热聊

