

北影节举办巩俐电影大师班,讲述“电影与我们”的故事

巩俐

演员应该沉淀下来
别走得那么急

也有“看一眼就被退”的经历

刘佩琦笔记里的巩俐启发了我

羊城晚报记者 王莉

第十一届北京国际电影节正在火热进行中。由娄烨执导,巩俐、张颂文、赵又廷主演的影片《兰心大剧院》将作为本届北京国际电影节的闭幕影片压轴亮相,并将于10月15日登陆院线。北影节期间举办的“巩俐电影大师班”活动中,巩俐就请来了导演娄烨和演员张颂文、赵又廷,以“电影与我们”为主题,围绕电影表演艺术展开深入探讨。

忆入行、聊创作、谈演技,巩俐现场分享了从影三十余年来的点滴心得。“在这个快节奏的时代,作为演员应该要沉淀下来,别走得那么急。要有时间静下来,慢一点,思考一下。演员这个职业,只有热爱,才能坚守。”



海报

在对谈中,最有趣的部分莫过于回忆自己的人生经历。虽然小时候看了很多电影,但巩俐完全没想过会当电影演员,因为妈妈一直说她眼睛不够大、皮肤不够白。“我妈说,你以后就当个老师吧。”巩俐笑着回忆道。考大学的时候,巩俐先后尝试报考音乐专业和师范院校,得到的反馈都是不合适。直到遇到尹大为老师,在他的鼓励下,巩俐报考了中央戏剧学院,并最终成为第一期影视班的一员。

巩俐形容当时的自己就是一张白纸,“不懂得表演,只知道用我真实的感受去进入人物”。大二的时候去试戏某部电视剧,没有表演也没念台词,导演光看了一下就让回去等消息,最终也没得到任何回复。“当时觉得有一点受到打击吧,就觉得为什么都没让我试一下就退回来了。”巩俐坦言,当初确实心有不甘,但“得亏退回来了”,因为不久后她就接到了张艺谋导演《红高粱》剧组的邀约。巩俐表示,她很向往渴望进入这个行业成为专业演员的年轻人们分享这段经历,“试戏被拒没有关系,重要的是抓紧一切时间和机会磨练自己的基本技术”。

娄烨

好的演技就是忘了演技

《兰心大剧院》的拍摄让巩俐又回到了《秋菊打官司》时的那种状态。“娄烨导演不会管演员怎样演,场景就是这样,这场戏就是这样,这些台词要说了,然后就让我们随便走、随便演,他也不喊停。”第一条、第二条的时候,大家还比较拘谨,等大家都走累了开始放松了,就是娄烨想要的状态。巩俐说:“所以为什么我觉得拍这部电影的时候,感受到了做演员的自由度,导演给了我们最大的发挥空间。”

在娄烨看来,一个演员,要能够按照自己的逻辑去说话和做事情。“这是非常重要的。因为在现场,一个演员实际上是他自己,同时也是那个角色。他前期做了很多的准备工作,有很多暗示,所以他在现场的行为是非常珍贵的,我觉得是帮助演员进入角色或者说塑造人物一个非常重要的前提。每个演员都会有这样的时刻,有时在这场戏,有时在另外一场戏,那是一个转瞬即逝的时刻,我们需要记录下来。”娄烨说,每个导演不一样,对表演的理解评判也是不一样的,对他来说,好的演技就是忘了演技。

巩俐对此也表示认同:“我觉得‘演技’这词就不太对,其实演员不需要什么技巧,因为使用一个技巧去表现人物的时候,就会很生硬。所以那个‘技’最好不要,只要用心去表现这个人物就好。”巩俐想起了拍摄《兰心大剧院》的一段经历:“娄烨导演说巩俐你要练拆枪,我说好,不管重要不重要我先拆吧。”

那把枪已经生锈了,拆完以后装不进去,弹簧也已经不好用了,巩俐练得手都破了,但是她一直在练。”不过在成片当中,这个拆枪的镜头删掉了。但是我非常理解,因为拆枪这个技能一定要有,要长在角色的身上。”巩俐认为,当“技能”自然而然地成为了身体语言的一部分,也就不存在“演技”一说了。

国庆假期将至,今年国庆档最受期待的影片之一莫过于由吴京和易烊千玺主演的《长津湖》。《长津湖》将于9月30日全国上映,娱糖准备了50个猫眼电影兑换码,送给25位观众,每人得票两张。

《长津湖》由陈凯歌、徐克、林超贤三人共同监制并执导,还原了抗美援朝第二次战役中一场鲜为人知的壮烈战役——长津湖战役。当时,随着战事扩大,出现了东线战场。中国人民志愿军官兵义无反顾奔向这片寒冷的高原,在自身后勤补给严重匮乏、攻坚火力不足、通信联络不畅的情况下,冒着敌人的强大炮火和密集弹雨,以无所畏惧的牺牲精神和钢铁意志,向敌人发起冲锋。

片中,吴京和易烊千玺饰演两兄弟,这对平凡的兄弟远赴七万里到异国作战,成为中国人民的“最可爱的人”。吴京饰演的伍千里是《长津湖》整个七连的核心,吴京表示:“他对家里那份情感的牵绊,还有对生命的一些体悟,跟我个人很像。”易烊千玺饰演的伍万里追随哥哥入伍,从一个江边的“野孩子”变成战场新兵,经历了巨大的成长转变。易烊千玺说:“我之前看到一句话,是‘怎么能让一个少年快速变老,经历一

场战争就能让一个少年快速变老三十岁’。这句话就成了我塑造角色转变时的心理依据。”

此外,七连里还有不苟言笑的指导员梅生(朱亚文饰)、乐天的火力排排长余从戎(李晨饰)、父亲股的老兵雷公(胡军饰)、七连神枪手平河(韩东君饰),以及三营营长谈子为(段奕宏饰)。总监制黄建新称:“这个戏最好的一点就是,每个角色都是生动的。你会觉得这些人似曾相识,你会跟着他们笑,跟着他们难过。这种共情会一直带着你往前滚动。”

抢票方法:打开微信,扫描本版左上角的二维码,关注“羊城晚报娱糖”(微信订阅号:ycwbysu-tang),根据28日相关文章内所提供的方法进行抢票。中奖者名单将于次日在娱塘公布,并由塘主微信通知。(胡广欣)



海报

时隔5年海天味业或将提价？

朱拉伊入主嘉应制药生变

文/图 羊城晚报记者 黄婷

海天味业(603288)或将在国庆节前后为酱油、酱料和蚝油等品类提价。近日,有多名海天味业经销商发布消息,接到工厂通知,由于原材料价格等成本上涨,海天品牌产品10月将全面提价。针对这一传闻,海天味业9月26日晚间发布澄清公告称,今年以来各主要原材料、运输、能源等成本持续大幅上涨,给该公司的经营带来了一定的挑战,近期该公司正在评估是否对产品价格进行调整,但调价计划尚未最终确定。



海天味业产品货架

提价或与渠道库存相关

近期,国泰君安研报称,根据渠道调研,海天味业在9月26日之前向所有经销商口头传达提价信息,预计9月底全面公布提价方式,初步判断本次提价幅度为5%,提价范围涵盖酱油、酱料及蚝油。另有媒体消息称,二批商价格与终端价格或上涨15%。

对于此次提价背景,上述调研称,提价在对冲成本压力提振业绩的同时,有助于打通渠道库存流向,并且丰厚渠道利润,从而提振渠道动力。根据该调研,海天当前面临一批商库存高、分销商不愿意囤货的压力。

而一份网传的海天经销商交流纪要文件也验证了该提价消息,参会经销商表示,海天味业提价的原因包括销售压力和经销商压力、受到原材料上涨的压力和销售环节利润低等。该经销商同时提到,提价消息传出后,下游商户和用户都会囤一点原价货,从而起到疏通渠道的作用。

虽然海天并未正式发布提价

通知,但涨价的消息还是让调味品股票一改此前低迷行情,连续大幅走高。截至9月27日收盘,海天味业再涨5.85%。

近日,记者走访广州一些商超发现,调味品货架主要为海天、味事达、李锦记这三大品牌所占据,但海天的展柜面积明显大于其他品牌,品种也更为丰富,主打产品为金标生抽和味极鲜,也有高端品类如即简裸酱油、清简酱油。以500ml瓶装的规格为例,海天经典品类价格约为9元左右,味极鲜价格更低,假设终端价格上涨15%,则经典品类提价接近1.35元。

其他品牌可能跟风提价

值得注意的是,距离海天最近一次提价已过去5年,提价幅度也在5%左右。据兴业证券统计,2016年年底海天宣布提价后,中炬高新在2017年3月初对厨邦及美味鲜全线产品提价5%-6%,千禾味业也在2017年3月对全线产品提价8%。

业内人士分析,海天味业口头

传达提价信息或是为试探市场反应;以口头形式通知经销商,或存在观察市场反应,试探渠道商接受度的动机。而海天味业传出提价传言,同行品牌是否闻风而动、跟随涨价,成为市场热议的焦点。

根据2019年前瞻产业研究院报告,中国酱油行业市场品牌集中度的前三名为海天(15%)、美味鲜(3%)、李锦记(3%)。厨邦、千禾味业仍然具有区域性特征,全国化渗透空间较高。据上述网传的经销商交流纪要文件透露,李锦记、厨邦等品牌已表示,只要海天提价,其产品提价也会在路上。

不过,在海天提价传言之前,中炬高新早在今年5月就已率先宣布,对旗下部分餐饮大包装产品调整供货价格,提价幅度在1%-5%不等。中炬高新相关负责人强调,公司只对餐饮渠道的部分产品进行了提价,对零售端的产品并没有提价,提价原因是原材料成本增加和想要优化餐饮渠道产品的价格弹性。

财经辣评

高铁版“随心飞”不止便利还得有诚意

高铁版“随心飞”又来了,日前铁路部门在胶济客运专线推出定期票和计次票两种新型票制产品。

应用于铁路交通的计次票和定期票,由于和航司推出的“随心飞”套餐颇为相似,因此被不少人称作高铁版“随心飞”。

此类产品自去年12月24日首次在成渝高铁、京沪高铁试运行推出后,便开始不断复制在别的热门线路上,特别是今年进入9月后,其推出速度明显加快,仅短短10天就有3条线路跟进推出。

据统计,一年时间不到,铁路部门已经陆续在厦深高铁、南广高铁、广深城际等数十条线路推出了类似产品,范围也覆盖了高铁、城际和客运专线。这般密集地推出,或预示着计次票和定期票将在不久后成为常态票种。

记者了解到,目前铁路部门推出的计次票和定期票都支持让乘车人通过席位预约或者直接刷有效身份证件原件两种方式进站乘车,给需要频繁在双城之间穿梭的上班族和出差人群带来了不少购票上的便利。而且,这类产品目前没有限制使用日期,即意味着任何节假日都可使用,也令不少人对其充满好感。

不过,笔者认为,与“随心飞”“快乐飞”等市场上更加成熟的航司产品相比,目前高铁版“随心飞”仍显得诚意不足。

首先是作为套餐产品的计次票和定期票的价格,并没有比旅客单独购买优惠多少。对此,有网友毫不客气地吐槽:“省下来的钱仅够买两杯奶茶的”。对比航司“随心飞”通常只需飞1-2个往返就能值回票价的优惠力度,高铁版的“随心飞”显得相形见绌。

更重要的是,不管是计次票还是定期票,都规定了产品仅限在购买时指定的始发站和终点站使用,且不得在中途站上下车和越站使用。该规则大大缩小了这类产品的适用范围,即只适用于需要频繁在双城之间穿梭的上班族和出差人群,对普通消费者而言几乎没有吸引力。

定期票和计次票不支持换

羊城晚报财经评论员 李志文

站、跨站使用,其中固然有各铁路局之间独立经营、独立核算的因素影响,但归根到底还是整个行业市场化程度不够深入。

笔者希望,铁路运输经营可以以更灵活方便一点,比如在非高峰时期或非热门线路推出真正优惠的套餐产品。如此,既可以让铁路局利用闲置运力提高边际收益,又能让消费者感受到真切的实惠与便利,或许还能让人们在周末搭高铁出游成为社会新风尚,从而最大程度体现出铁路的公益性。