



# 马志威：演员要留童真驻心间

羊城晚报记者 艾修煜

由张巍、滕洋编剧，易军执导，王子文、唐艺昕、胡杏儿领衔主演，艾伦、刘凯、马志威主演的电视剧《今生也是第一次》正在湖南卫视季风剧场和芒果TV播出。该剧从1993、2008、2022这三个年代入手，借由“生育”这一现实话题，讲述了不同时代背景下的女性在面对母性身份时，对于自我成长的思考，以及在家庭、事业和人生的多个层面上所展现出来的可能性。

在都市情感剧《三十而已》中与江疏影有大量对手戏，因“海王”梁正贤一角获得观众关注的演员马志威加盟了该剧，这一次，马志威“痛改前非”，与王子文（饰演“女强人”路远方）搭档饰演离异夫妻，诠释了一个性格软弱、缺乏主见的“奶爸”。他表示，希望大家看到一个不同于梁正贤的新角色。

## 新戏：“当‘奶爸’让我感觉奇妙”

羊城晚报：请总结一下，新剧《今生也是第一次》中的夏志雄是怎样一个角色？

马志威：夏志雄是一个缺乏主见，没有自己方向的人，他的人生是爸爸爷爷帮他安排的，所以他在工作上、婚姻上、生活上都没有一个明确的方向。直到遇上路远方之后，他才有一些改变。夏志雄跟我之前演的角色都不太一样，也跟我本人不太一样，现实生活中，我是喜欢做什么就去做的人。

羊城晚报：夏志雄是一个“超级奶爸”，拍摄前，你是如何去揣摩这个身份的？

马志威：我提前问了已经当爸爸、妈妈的朋友，向他们取

经。在现场我们有一个真人小宝宝，还有一个假的小宝宝替身。当不需要我拍摄的时候，我就坐在一边，跟那个假的小宝宝聊天，抱着它。我就是这样去感受这个角色的心态。

羊城晚报：新剧开播后很多网友调侃“海王上岸了”，对此你怎么看？

马志威：我之前的确演了很多“海王”跟“渣男”，但夏志雄是完全不同类型的、性格不同的人，我希望观众可以看到我的另外一面。在形象上，我特意跟剧组老师“我可以戴一个眼镜”，并且把胡子刮掉了。

羊城晚报：体验了一把当爸爸的感觉，最大感触是什么？

马志威：首先是很紧张，片场真的有一个很小的宝宝，好像只有三四个月大。小宝宝的脖子比较脆弱，我每次抱他时都会小心地托住他的脖子，很怕弄伤他。第二个感觉就是，当爸爸很奇妙，一个小生命在你手里面，而且他是你生命的延续，是你的后代，这个感觉，没有当爸爸的人是完全不明白，也感受不到的。

羊城晚报：与王子文饰演离异夫妻，二人有何合作感受？

马志威：跟王子文老师演戏是很舒服的，因为她真的很了解角色和剧本，所以她在现场，我都很放心。而且她在现场是很活泼的一个女孩子，很热情，对所有工作人员都很照顾。

《三十而已》演“海王”，《今生也是第一次》里当“奶爸”

# 留童真驻心间

## B 角色：“角色留名比个人走红更重要”

羊城晚报：在《今生也是第一次》里有哪些事对你来说是第一次尝试？

马志威：跟小宝宝互动演戏是我第一次尝试，当我们拍戏的时候，小宝宝是完全不可控的，他时不时要睡觉，还会哭。我本人的性格比较急躁，拍戏时我会训练自己的耐心，告诉自己不要那么急。

羊城晚报：在《三十而已》饰演“海王”梁正贤出圈之后，你是否接到了很多类似的“斯文败类”型角色？

马志威：对，很多。但是我觉得当演员就是要演一些不同类型的角色，所以我更希望可以拍一些有挑战和突破的角色，我不想把自己限定在一个框里面。我现在最希望的就是观众看夏志雄时，能忘掉我之前在《三十而已》里面的形象，这对演员来说是很重要的。如果我每一个角色呈现给观众的感觉都一样的话，这是

我不太喜欢的。

羊城晚报：作品播出后，你会主动搜索网友对自己的评价吗？会在意一些负面评价吗？很多观众只记得“海王”梁正贤，但并不熟悉马志威这个名字。

马志威：我作为演员，反而是希望观众能记住我角色的名字，然后再发现，“噢，原来是他！”这种反馈会让我觉得满足感大一些，观众只记住马志威，却记不住我演的角色是没有用的。至于观众评价我有时会看，所有意见都是意见，每一个人的观点角度都不一样，我会自己消化一下。如果是好的意见，我会借此督促自己再进步一些。

羊城晚报：未来你对想要饰演的角色有什么规划？还想要尝试什么类型？

马志威：我想演一些感觉完全不一样的角色。我很喜欢演一些偏反派的角色，这种角色表演的空间要大很多。



马志威在《三十而已》中饰演“海王”梁正贤



马志威与江疏影在《三十而已》中有大量对手戏

## C 生活：“内心深处我还是个小孩子”

羊城晚报：生活中你有什么爱好？听说你喜欢踢足球，还会西洋拳术和搏击？

马志威：对，我很喜欢足球和搏击，我真的很喜欢运动。但是最近一次踢球时，前期热身没有做足导致肌腱断裂，手术后大半年我都动不了，这对一个喜欢运动的人来说是很煎熬的。希望大家吸取我的教训，做运动时一定要提前热身，不然的话很容易受伤。

羊城晚报：你以模特身份出道，担任过多位歌手的MV男主角，2013年首次“触电”，就担任了叶念琛执导电影《第一次不是你》中的男主角。从入行到现在，你觉得自己身上改变和不变的地方在哪里？

马志威：改变一定会有，我今年37岁，入行时是27岁，现在对很多东西的看法和感觉都不一样了，我会更成熟一点。不变的就是，我觉得自己在内心深处还是一个小孩子，我觉得当演员需要有童真在心里。

羊城晚报：出道前你做过10

年快递员，是什么契机让你想要成为演员？你怎么理解演员这个身份？

马志威：当初想成为演员，就是单纯地觉得当演员可以有不同的人生。演了一段时间戏以后我发现，原来我在演戏时，可以忘掉自己是谁，你知道所有的事情都是假的，但你的情感是真的。能够“忘我”真的很神奇，当我完全忘掉自己是马志威的时候，就是当我演员最快乐的时光。

羊城晚报：拍摄完毕，要从忘我的表演状态回归到现实生活中，你又是如何调节的？

马志威：“进入”跟“抽离”，其实都不是我能控制的，但我觉得这就是当演员最大的快乐。我喜欢一些不可控的东西。“进入”无法预测，有时在拍摄现场，可能对对方的一个眼神、一句对白感动到你，就能进入角色，进入表演状态。“抽离”同样难以捉摸，有可能工作完回到家里面，你还没有从角色中走出来，但可能看一部作品或者听一首歌，就又回归到了现实生活中。当演员真的很神奇，很过瘾，很快乐。



马志威在《今生也是第一次》中饰演“奶爸”夏志雄



广州坚果门店品种丰富



文/图 羊城晚报记者 孙绮曼 实习生 卢佳圳

刚刚过去的新春佳节，坚果炒货市场又“火”了一把，线上线下迎来坚果销售旺季。据2023京东年货节数据，坚果炒货赛道战绩喜人，成交额同比增长超过10倍。

近日，记者走访广州多家坚果销售门店获悉，随着市场竞争路径进一步细分，多家零食连锁品牌纷纷入局坚果市场，“草根”零食店踏入下沉市场消费快车道。此外，记者还注意到，头部企业“三只松鼠”广州两家线下实体零售店现已为歇业休整状态。

## 新春佳节坚果市场销售一片火热

# 三只松鼠业绩下滑关店频频

### 坚果炒货市场热度再现

在刚刚过去的春节里，新春礼盒可谓各坚果品牌的“兵家必争之地”。第三方研究机构数据显示，经专业指标评定，最受消费者喜爱的新春坚果礼盒品牌依次为：三只松鼠、百草味、良品铺子。三只松鼠方面透露，截至今年1月，线下分销业务年货节（2022年11月—2023年1月期间）“坚果礼”出货业绩同比增长了超过30%。同样，良品铺子、粒上

皇等品牌门店负责人均向羊城晚报记者证实这一点，即新春坚果礼盒产品获得了广州大多数消费者青睐。

事实上，以坚果为代表的休闲食品兼具“年货+年礼”的两大属性，既能满足消费者在年货节送礼需求，也能满足春节期间的自食需求，而坚果礼盒的出现也驱动各品牌差异化竞争的模式创新。粒上皇门店负责人告诉记者，可自由

选购的礼盒将不同客单价的坚果产品组合起来销售，提升了整体盈利转化率，“一个礼盒自由组装，顾客吃得开心，我们也有得赚”。

“在整体电商红利见顶的情况下，品牌方可能需要考虑转型或寻求差异化。”艾媒研究院分析师认为，在新型的电商与新零售思维下，坚果品牌还需要更加准确地把握市场方向，实现模式创新，最终获得更好的发展效果。

### 新兴品牌涌入线下门店

作为每年新春餐桌上必不可少“氛围组”，坚果炒货类零食零售额将达到11014亿元，2020—2025年的年复合增长率约为7.3%，而坚果细分品类的增速高于整个休闲食品行业。根据前瞻产业研究院数据，从2018年到

2021年，我国混合坚果市场规模从82亿元增长至115亿元，但增速呈下态势，分别是102%、27%、21%和16%。

羊城晚报记者走访发现，广州坚果炒货类市场线下销售情况也同样火爆。良品铺子天河区门店负责人黄女士向记者透露，新春期间，线下门店销售额较上月有明显回升，日均销售水平可维持在数千元。

值得注意的是，消费复苏的春风也吹向了下沉市场。“草根零食”品牌抓住“平价”优势，积极拥抱即时零售模式。记者在广州上社街看到，夜幕中“零食有鸣”灯火通明，精致小包装的坚果品

类多样，“量大价优”吸引许多年轻市民排队“囤货”。此外，街头巷尾的本土炒货店也逐渐品牌化，“功夫炒”等小型店铺均价20元的“西瓜子”“开心果”更接地气。

“小零嘴”有大潜力，将进一步带动开年消费回暖复苏。”行业人士分析指出，坚果炒货市场新兴品牌涌现，有利于丰富县域消费新形态，促进城乡消费迁移。

可见，在头部企业分羹的同时，密布街头巷尾的“草根零食”店依然具有着不可比拟的优势。家门口的零食量贩店能够以极高的性价比作为竞争力，抢占本地消费者对实体门店的忠诚度。

### 多渠道融合或成转型方向

近日，记者在走访时发现，曾经红极一时的三只松鼠在广州却略显无奈。位于广州天河区北京路的三只松鼠旗舰店显示为歇业状态。据相关地图软件提示，歇业日期至今今年4月1日。而位于百脑汇的三只松鼠门店也同样不再营业，工作人员称原店铺已做围挡处理。

曾经的三只松鼠，乘着电商红利的东风，一路扶摇直上，从一家普通的淘宝品牌，成长为休闲零食赛道的头部企业。

三只松鼠公布的数据显示，2014年至2016年，营收分别为9.24亿元、20.43亿元、44.22亿元，营收实现年年翻倍。进入2017年，虽然其增速变缓，但仍然连年保持正增长。2017—2019年，三只松鼠营收分别为55.54亿元、70.01亿元、101.73亿元，同比增长分别为25.58%、26.05%、45.30%。

2019年7月，“电商零食第一股”三只松鼠在深交所创业板上市，股价一路狂涨，创始人章燎原也跻身身

安徽新首富。2019年，三只松鼠全年营收高达101亿元，远超洽洽等老牌炒货企业，其中线上营收占比超过九成。抓住了线上风口三只松鼠，不到10年便实现了弯道超车。

同样是2019年，休闲坚果果类头部品牌三只松鼠开始大力发展线下渠道，还高调宣布了“万店计划”，即到2022年年底开出1万家线下店。

然而，随着新零售等手段的进步，曾经的“网红”三只松鼠，如今也迎来了新的危机。财报显示，仅去年上半年，三只松鼠“投食店”仅新开1家，而闭店56家；联盟店新开37家，闭店182家。

在关店之外，其利润也不甚乐观。1月20日，三只松鼠发布2022年度业绩预告，预计归属于上市公司股东的净利润比上年同期下降65.95%至70.81%，扣除非经常性损益后的净利润同比下降81.23%至87.49%。

曾经的网红零食第一品牌将何去何从？转型阵痛过后，仍需破局。

### 财经辣评

羊城晚报评论员 戚耀琪

## 连州菜心继续出圈 要更满足城市需求

世界菜心看中国，中国菜心看广东，广东菜心看连州。这一句气势非凡的话，却并非虚言。在广东省农业农村厅支持下，清远连州百亿菜心“12221”工作指导小组成立，连州菜心“12221”市场体系建设全面发力。未来，产业、市场、科技、文化“四张牌”齐上，百亿菜心产业的推广期待进入新的发展阶段。

连州菜心工程能够顺利启动，首先是政府的聚焦。就在去年，省农业农村厅已经把目光投注在连州菜心上。围绕连州菜心及清远农产品“12221”市场体系建设，全球视野、消费者需求、如何把资源优势转化为经济优势等方面展开头脑风暴和思想碰撞。12条新举措推动做大做强连州菜心优势特色产业集群，为推动百亿级“连州菜心”产业实现高质量发展注入新动能。

连州菜心的成效，不是构想出来的，是统计出来的。截至目前，连州菜心种植面积达8万亩，实现同比增加33%；亩产约3000斤，亩增产约1000斤；地头价格达5元/斤，每斤菜心农民可赚4元，每亩可为农民增收至少7000元。电商销售、网红带货推动菜心销售爆发式增长。菜心销量由去年6亿元增长到现在12亿元，种植农民收入翻了一番。连州菜心产业带动5万名农民就近就业，预计可实现增收5.6亿元，单就菜心一个单品，可提高连州常住人口增收1600元/人，有效推动产业振兴、农民增收、地方发展。

连州菜心的竞争力还来源于中间成本的降低。比如关键一环

就是政企合作推进产销对接，也为菜心南融北拓铺平了道路。针对山区快递物流成本偏高的问题，政府多次出面与快递公司谈判，最终快递费用下降。5公斤的菜心从原来的14元快递费降为12元，一亩地的菜心快递成本可以节省300元以上。目前已有22家菜心企业成功申请享受优惠福利。

当然，连州菜心的成功不是靠事后总结就一劳永逸的，终究是要看市场把它放在什么位置。一个产品要成为千家万户的惯性选择，首先是大湾区等发达都市圈的家庭选项，还要依靠无所不在的认可度来巩固。要让这个认可度留住人心，首先是品质与价位相对突出，而客户又有更高支付意愿，才能实现从宣传到收入，再到品牌推广的全过程。当菜品能够获得广泛认同后，才可能不至于变成满大街的普通货。同时，也不仅仅为了做高端，而忘了品质的独特性与优势才是长远之计。

如今，连州菜心“12221”农产品市场体系建设，就是要推动连州菜心产业扩面、提质、增效。这也说明当前连州菜心依然有着许多薄弱的层面，比如过度依赖上级指挥，缺乏灵活的市场意识，营销渠道偏于传统，产品形象更新缓慢，容易被同质化淹没。对绿色、有机、洁净高度渴望的城市人来说，连州菜心还无法标准化完美呈现，也做不到闭眼买那种。这些可能都会阻碍一个农产品走出“土”味、构筑“城”味的路径，需要持续调整改进。

## 上投摩根基金徐项楠：消费行情或贯穿全年

自去年11月以来，消费行业成为A股反弹急先锋。Wind数据显示，截至1月31日，中证申万食品饮料指数近三月上涨了33.35%。对于未来消费板块是否能延续上涨行情，不少投资者心生踌躇。对此，上投摩根健康品质

生活混合基金经理徐项楠表示，在2023年经济有望全面复苏的背景下，消费行情或贯穿全年，但复苏过程中也会呈现一定程度的震荡。投资上，可以沿着大众消费品、可选消费品两条主线寻找机会。（杨广）