

“五一档”电影《给阿嬷的情书》导演蓝鸿春： 这不是一部只给潮汕人看的电影

独家 专访

羊城晚报记者 李丽

作为“潮汕电影宇宙”的最新作品,《给阿嬷的情书》4月20日晚在广州举行盛大的首映礼,影片已定档4月30日“五一档”正式上映。从《爸,我一定行的》,到《带你去见我妈》,再到这次的《给阿嬷的情书》,导演蓝鸿春用三部电影串联起潮汕家庭的温情与烟火,也勾勒出潮汕人的精神底色。近日,羊城晚报记者独家专访了蓝鸿春,听他畅谈这部跨越暹罗与潮汕、连接祖辈与当下的电影背后,那些关于创作灵感、亲情羁绊与潮汕精神的鲜活故事。

从老华文小说里找到女性力量

羊城晚报:从《爸,我一定行的》,到《带你去见我妈》,再到这次的《给阿嬷的情书》,您的每一部潮汕方言电影的片名中,都藏着一个“亲人”。这是您特别设计的“潮汕家庭宇宙”吗?

蓝鸿春:说实话,拍第一部的时候真没想过什么“宇宙”。但拍完第二部,再到第三部,一切就像顺水推舟,很顺利地就想到拍“阿嬷”了,可能是一种创作惯性吧。甚至连片名的字数,我都有点强迫症,你看这三部曲的片名全都是六个字。

我们不是概念先行,而是顺着那个结局,一点点往前推演整个故事。为此,我们读了大量20世纪50年代的泰国华文小说。我读了之后特别震惊,原来那么多年前的小说里,潮汕家庭的女孩子就已经在想独立、想自己闯荡。这种时空错位感,让我觉得自己捡到了宝藏。我们片子里的那场大火、客栈里的人际关系,甚至人物的性格底色,都是从这些泛黄的报纸连载里挖出来的。所以,大家看的时候不会觉得故事是虚构的,因为它确实是当年华人生活的真实写照,很有质感。

“有情有义”是潮汕人的最高赞誉

羊城晚报:除了文学借鉴,有没有一些您自己的生命体验被糅进剧本?

蓝鸿春:“做人要有情有义”,这句话我从小听到大。从奶奶到妈妈,这是我身边所有的女性长辈说得最多的一句话。在潮汕人的评价体系里,“有情有义”是对一个人最高的赞誉,比说你有钱、有本事还管用。潮汕人过年回家就知道,大家讨论某个人混得好不好,最后只要说一句“那个人有情有义”,你就知道这人行、值得交。这句话,也成了我们这部片子的核心主题,我就是想把这种刻在潮汕人骨子里的特质拍给大家看。

羊城晚报:这种特质,确实存在于片中的两个“阿嬷”身上。

蓝鸿春:我特别敬佩我奶奶她们那代女性。遇到糟糕的事,她们也不会一直陷在情绪里内耗,而是快速跟自己和解,然后专注于具体的生活里:去打橄榄、洗橄榄、煮饭。这种“具体”,就是她们的生存智慧。

两位饰演阿嬷的演员在拍摄的时候,也体现出这种智慧。我们在现场拍戏时,奶奶们甚至自己贡献台词。比如,国内的阿嬷看到丈夫寄来的照片里有那



《给阿嬷的情书》海报

么多小孩,脱口而出:“你走了,这群小孩怎么办?”这句话,一下就击中我了。说实话,这种台词我写不出来。这是奶奶一辈子的人生姿态,是刻在骨子里的善良和责任。我们当场就决定把它保留下来,因为它太真实、太打动了。

有底气在“五一档”打动外地观众

羊城晚报:这部电影里,潮汕的喜剧面孔几乎全员出动。您这次是想把电影体量做大吗?

蓝鸿春:对,这次的制作成本确实比前两部高——为了复原泰国的历史场景,我们下了血本。我需要这波演员的号召力,让更多人愿意走进电影院,毕竟这部“五一档”上映的影片,倾注了我们太多心血,要是没人看就太可惜了。

另外我们也启用了不少素人演员。因为演员确实太难找了——要会讲地道的潮汕话,身上还得自带那种古朴的气

质。如果找专业的演员,又往往少了那份潮汕人的底色,所以我们干脆从零开始,海选出人格特质最接近的人。

羊城晚报:方言电影总会被人说“只是给当地人看的”,但您之前说过“方言电影也是世界电影”。现在《给阿嬷的情书》要在“五一档”上映,您觉得底气足吗?

蓝鸿春:底气肯定是有,我们连字幕都做得特别认真,就是希望外地观众能看懂、能共情。这部电影讲的是人的一种信念、一种面对生活的智慧。现在最大的难题,其实是如何让外地观众愿意走进电影院——我们没有什么大明星,选题也不是什么热点,乍看缺乏一个让大家快速产生兴趣的抓手。

但我确实相信,只要能坐进电影院,大家就一定会被打动,因为我们讲的是最真实、最纯粹的人性美好,而且它是治愈的,也是好笑的。我们希望能从广东本土开始,口口相传,让更多人知道这部电影。这不是一部只给潮汕人看的电影,而是一部讲述中国人至真至善情感的华语电影,值得每个人去看。

观察

郭靖宇的“双标” 折射影视行业的深层焦虑

羊城晚报记者 龚卫锋

“真人能演的剧,为什么非要AI做出假人来演?”在近日举行的爱奇艺世界大会论坛上,《灵魂摆渡》《唐朝诡事录》系列影视IP监制郭靖宇霸气发问。然而,就在同一场合,由他监制、全AI生成的电影《灵魂摆渡·浮生梦》官宣预计定档2026年暑期档或秋季。从公开质疑到亲自主导,这场发生在同一天的“立场变脸”,让郭靖宇迅速被推上舆论的风口浪尖。

2014年上线的《灵魂摆渡》是国产志怪网剧的开创之作。之后,于毅、刘智扬、苗苗组成的“铁三角”用十年、三部剧集、两部电影,将灵异故事讲出了温度与深度,成为无数观众的“情怀坐标”。在AI版电影官宣定档之际,原班人马打造的剧集《灵魂摆渡·十年》也已在2025年杀青,将于今年上线。正是在该IP持续开发的背景下,郭靖宇选择“两手抓”:一边保留真人剧集的情感底色,一边用AI降本增效并探索影视创作的新路径。

与其给郭靖宇简单贴上“双标”标签,不如说这一幕恰恰折射出整个影视行业面对AI浪潮时的深层焦虑与无奈选择:用真人表演,成本高且“人味”十足;用AI生成,成本低且画面精美,但“灵魂”缺位。该怎么办?

成本是横亘在所有创作者面前的现实难题。数据显示,当下真人微短剧单部制作成本50万至100万元,而普通AI微短剧仅需3000至5000元。即便是制

作精品AI微短剧,成本最高也超不过20万元。但AI真的能替代烟火气足、个性鲜明、充满真实生活细节的表演吗?郭靖宇认为,角色的“灵魂与故事”才是打动观众的关键,而非“做得像”和“颜值高”。他明确表示“能实拍的就不要考虑AI”,认为AI影像生成的内容与影视行业专业、精细、高标准的场景需求仍有差距。在他看来,AI不应成为替代真人演员的工具,而应服务于创意与想象力的释放——如突破年龄限制完成跨年表演,或帮助年轻创作者以极低成本展示才华。

然而,当他随后宣布《灵魂摆渡·浮生梦》从角色形象到场景设计、从配音到剪辑均由AI生成时,“辅助”与“替代”的界限已然模糊。郭靖宇将这部AI电影解释为一场“效率试验”。网友迅速的反响,批评并非全无道理:“是技术革新还是情怀贩卖?”“是效率试验还是噱头变现?”

郭靖宇的“双标”,其实是一个行业在技术浪潮中寻找平衡点的集体缩影。AI既不是洪水猛兽,也不是万能仙丹。真正的问题在于:当成本与效率成为压倒性驱动力时,影视作品中那些“烟火气足、个性鲜明”的人味,还能留住几分?现在不妨让子弹飞一会儿——待到《灵魂摆渡·浮生梦》上映,其品质自会验证AI电影的票房实力,而市场的真实反馈,也将修正并引导创作的迭代。

龙头企业扎堆押宝草根赛场 粤BA、粤超为何“吸睛”又“吸金”?

粤BA 粤超 双赛燃广东

羊城晚报记者 莫谨榕

赛场人声鼎沸,绝杀刷屏朋友圈,2026年广东省城市篮球联赛(下称“粤BA”)已然火爆出圈,蓄势待发的2026年广东省城市足球超级联赛(下称“粤超”)也将在本周末启幕。这两大本土赛事覆盖广东21地市,全年将展开248场较量,不仅点燃了全民体育热情,更吸引李宁、冠旭电子、东阳光药业等数十家行业龙头与本土品牌纷纷大手笔投入。群众体育赛场缘何成为企业扎堆押宝的新赛道?这场席卷南粤的体育热潮为何能同时赢得流量与资本的青睞?

龙头扎堆 赞助阵容百花齐放

如果要用一个词形容今年粤BA和粤超的赞助阵容,最贴切的莫过于“百花齐放”。

从千万元级冠名到万元级入场,从体育巨头、上市公司到跨界龙头,本土新锐,各类企业争相入局,粤BA、粤超两大草根赛事正引来赞助热潮。篮球方面,李宁体育拿下粤BA联赛冠名权,东阳光药业、中国电信、溪木源、正佳广场等企业成为赛事赞助商。李宁集团运动资源管理部总经理郭非直言,将为联赛运动员提供专业优质的运动装备,充分展现民族品牌在体育科技研发领域的领先实力。同时围绕赛事文化,结合21城体育性格,为球迷打造相关周边产品。

粤超则由冠旭电子斥资千万元拿下独家冠名,这家主要生产销售专业音频、智能耳机、智能音箱等产品的深圳智能声学科技企业首次跨界体育,以

球衣赞助堪称这场赞助商总动员中最直观的缩影。粤超21支参赛队伍共有10家球衣赞助商争相入局:广州品牌锐克体育包揽了广州、东莞、阳江、江门4支队伍;运动品牌茵浪赞助了汕头、汕尾、惠州、揭阳4队;卡尔美拿下深圳、韶关、清远3队;广州本土品牌YH赞助了佛山、肇庆、梅州3队;梅州体育品牌跃速、东莞服装品牌云泰、广州体育品牌派迪茵、中山服装品牌堡马以及巴西品牌阿仕利塔、丹麦品牌大黄蜂等6个品牌分别赞助了其7支球队。

一张票根 撬动千万民众市场

一场群众体育赛事,何以吸引如此多头部企业真金白银入局?相较于职业赛事的高昂版权费和赞助门槛,粤超、粤BA这类群众性赛事成本可控,却拥有庞大的受众基础。当一场比赛涌进万名现场观众,线上线下覆盖数千万球迷时,品牌曝光的效果自然不言而喻。

数据最有说服力。粤BA已进行了三轮角逐,目前风靡南粤大地,几乎每场爆满。以首轮为例,平均上座率为88%,揭幕战单场超6000人,8.80元的惠民票价让“一票难求”成为常态。粤BA首轮收官,全媒体受众超1800万,新媒体传播量破6100万次,20个全国热搜霸榜,形成“线下爆满、线上热议”的传播效果。粤超尚未开赛,官方票务小程序在上线首日注册用户就突破3万人次,截至4月20日注册人数已超7.2万人。

实际上,赞助商们布局粤BA、粤超还有更深层次的考量。粤BA最亮眼的创新,便是将8.80元的亲民球票升级为覆盖广东21地市的文旅消费通行证,以“票根经济”深度串联岭南

美食、非遗、城市地标与夜间经济,让一场球赛变成一场带动全城消费的文化盛宴。赞助商深度嵌入赛事,本质上就是与南粤大地的市井烟火气、城市消费力绑定,借助赛事直达全省数千万消费人群。

同样值得关注的还有与本土情怀绑定的本地赞助商,比如广东无穷食品有限公司冠名粤BA潮州队、花都区属国企广州智都投资控股集团有限公司冠名粤BA广州队、广汽领航冠名赞助粤超联赛广州赛区……这些企业的共同点是:扎根本土,以体育反哺家乡。当一支球队代表一座城市出征,赞助商便不再只是一个logo,而是城市荣誉的共同承载者。这种情感连接带来的品牌美誉度,是其他商业广告难以替代的。

省社科院数据显示,2025年全省体育产业总规模已突破9000亿元,占全国总量的五分之一,形成体育制造业与体育服务业双轮驱动、协同发展的良好格局。目前,已有30家广东企业跻身全国体育领域国家专精特新“小巨人”行列,球类制造、智能运动装备等细分领域增速持续领跑全国。如此雄厚的市场基础和产业底盘,正是各路企业竞相入局粤BA、粤超的底气所在。

三方共赢 体育经济活力迸发

“体育搭台、经济唱戏”不是一句口号,而是粤BA、粤超的生动实践。粤BA粤超的商业化探索,搭建了一个老百姓得实惠、体育产业有活力、赞助商赚口碑的三赢格局。

对普通市民而言,8.80元惠民票价大幅降低观赛门槛,“票根经济”同步落地,持票根可享受景区、酒店、餐饮等专属折扣,看一场球,还能逛景点、吃美食、住酒店,体育实实在在盘活了消费



珠海队以55比69的比分憾负于广州队 受访者供图

这盘棋。

对于两项体育赛事,赞助商真金白银的注入,为赛事运营提供了可持续的资金保障,让赛事能够更高质量地落地执行。更重要的是,赛事带动体育制造业、服务业协同发展,催生智能运动装备、赛事运营、体育培训等新业态,将有利于激活广东体育产业市场活力,完善体育产业生态,助力体育强省建设。

对于赞助企业来说,它们不仅收获了品牌曝光,更与当地老百姓产生情感连接。当李宁的运动装备穿在21城运动员身上,当冠旭电子的商标出现在每一场粤超赛场,当无穷食品的logo与“潮州绝杀”一起刷屏网络,这些品牌就不再是广告牌上的符号,而是成为城市记忆的一部分。从粤BA到粤超,广东群众体育赛事“吸睛”又“吸金”,生动诠释了体育的生命力不只在竞技场之上,更藏在深入群众、扎根本土的烟火气中。

摩根绩优基金

大幅跑赢业绩基准 主动管理能力凸显

2026年公募基金一季报显示,成立满10年的主动权益基金中,111只跑赢业绩基准超过500%,30只超1000%。主动管理价值凸显。其中,摩根基金多只产品长期业绩亮眼,摩根中国优势混合A成立以来跑赢基准1326.34%,摩根新兴动力混合A跑赢基准768.38%。

摩根基金始终秉承在全球以主动管理为核心的发展战略,长期投入力争打造一流的发展平台和丰富的主动管理产品线,致力于满足不同风险收益偏好投资者的需求,并争取长期稳健的超额回报。(广告)