

《对手》反套路出奇制胜

谍战剧《对手》1月3日在央视八套高热度收官,郭京飞、宁理、谭卓和颜丙燕的强强联手把作品的悬念和精彩保持到了最后一刻。在名角云集却整体令人失望的荧屏跨年档中,《对手》是唯一一部高口碑剧,它颠覆了观众的固有印象,在谍战情境中写出了普通中年人的处境,将遥不可及的“间谍”拍出了平常人的一地鸡毛,剧中间谍夫妇相依为命的情感与命运令人动容,成为全网热议的话题。

把惊险谍战浸入狼狽的中年生活

说到间谍或者谍战,让人觉得既遥远又陌生,很多观众对间谍的印象,还停留在年代剧《伪装者》中那些飞檐走壁的角色上。荧屏上的当代谍战剧很少,这两年播出的《暴风眼》等都是旧有谍战套路,情节人物要么硬核要么炫酷,但超级英雄的模式很容易悬浮,难以让人共鸣。《对手》则将家国天下藏于市井红尘,非常接地气地描摹生活,剧中几个正反派主角几乎狼狽的中年生活,既出人意料,又不失趣味,让观众颇有共鸣。

《对手》的出奇之处还在于以反派间谍——一对潜伏大陆从事间谍工作的中年夫妇为主要视角,讲述了国安人员与间谍之间斗智斗勇的故事。观众以为剧情是超级间谍入侵窃取机密,开启惊心动魄的猫鼠游戏,而剧中展现的,是“丧”到极致的间谍夫妻李唐、丁美兮,他们在18年前执行任务失手后不得已潜伏下来融入普通人群,开启了穷困潦倒的谍战人生,两人一

面冒着被抓捕的风险潜伏,一面还要为各种生活琐事忧心。以反派为主角的反套路设置,是《对手》成为荧屏黑马的重要原因。其实通过近年揭露出的间谍案不难发现,生活在当下的间谍借由虚假身份掩盖,在日常生活中与普通人并无二致,《对手》独特的剧情设置也反映出“间谍就在我们身边”的主题。

《对手》会聚了中生代演技派,几位主演凭借着对普通人身上烟火气的成功刻画,俘获了不少剧迷的心。郭京飞饰演的李唐总是一脸的疲惫和窝囊,在自己的出租车上多半表情迷离,他常年跑运营落下了不少职业病;谭卓饰演的丁美兮白天用平淡克制的语气给学生补习,数落起女儿来就像全天下母亲一样的语气与表情,晚上则敷着面膜坐在床头,与丈夫算计着紧巴巴的收入……这对间谍夫妻的生活,大多时候与很多平凡夫妻一样,在每天的鸡毛蒜皮和女儿早恋中循环往复。



除了生活桥段,剧中不少情节是以间谍经费作为线索展开。而间谍的收入,其实比一般人想象的要低,这也是《对手》中一个关键写实的落点,很多角色行为的动机与想法的改变,因为“低收入”而变得合情合理。一个具有黑色幽默荒诞感的情节是,被妻子“催钱”逼急了李唐说,看到反间谍举报的高额奖金时,恨不得自己去举报自己。

人到中年的李唐、丁美兮还背负着巨大的心理压力和道德包袱,他们已经没力气再去制造什么麻烦了,一心只想经费到位、女儿平安,可一旦接到命令,便不得不化身执行机器,无所不用其极

正反双方人物都牵动人心

地去完成任务。剧中几个桥段令人印象深刻。丁美兮为了“间谍”工作而出卖身体,任务完成后,她每次都会掏出随身携带的牙刷马上刷牙,看似麻木到面无表情的背后,是一颗极度扭曲的内心。李唐在日常生活中人畜无害,但在任务里,他极度压抑的情绪看得令人窒息。而镜头回转,两人在年轻时,对诗歌的共同热爱以及对美好未来的憧憬,都在十几年见不得光的间谍生活里,被磨得不见了踪影。

反观颜丙燕饰演的国安侦查

员段迎九,尽管中年遭遇婚姻危机,与儿子水火不容,她却有着坚定的信仰和执着的目标。剧中,段迎九可以通过嫌疑人点外卖的习惯确定其住所,通过他人的记忆力和包扎技能来判断对方是否接受过特殊训练。这位老侦查员不放过每一个细节,以及避免国家重要情报外泄,人物的一言一行都代表着专业与责任。

《对手》中的每一个人,都有自己的情感和不同的侧面,虽然正邪有别,但正反双方的人物命运都牵动人心。剧中,间谍夫妇

李唐、丁美兮在走向穷途末路后,为了养育多年非亲生的女儿最终妥协,展现了人性中善良的一面。在大结局中,侦查员段迎九找回了家庭,也找回了自己,作品落幕的一刻让人意识不到这是一部跌宕起伏的谍战剧,还是一部温暖治愈的生活剧。

在荧屏生活剧遍地的当下,一部谍战剧却难能可贵地沉下来,通过生活写实来表现谍战主题,把主旋律表达藏在自然真挚的人性情感中,作品文艺与幽默兼具、讽刺与警示齐飞的画风,突破了一直以来的题材瓶颈,为和平年代的谍战剧创作赋予了更丰富的可能性。 据北京晚报

猫眼研究院日前发布报告称,2021年,中国电影市场以472.58亿元(人民币,下同)卫冕全球票房冠军,年度票房前三甲花落《长津湖》《你好,李焕英》《唐人街探案3》,三者总票房突破150亿元大关,这也是中国电影连续第二年有三部作品都跻身全球票房前十名。

报告认为,2021年观众倾向选择在假日观影的特点更为突出,假日档期票房占比大幅攀升至36%,同时,头部影片的票房屡屡刷新纪录也体现出观众对影片的选择较以往更为集中。与之对应,2021年平日

报告:2021年中国电影票房超470亿 卫冕全球票房冠军

票房产出有所下降,腰部影片票房及数量出现断层现象。通过回溯市场数据,可以看出以上“集中时间看大片”的市场特征较很大程度上反映了目前低频观影观众的观影动机较往年呈现弱化趋势。

同时,报告中梳理了影响观众观影决策的四大动机,分别是高配置、类型片、强内容以及市场运作。

从消费人群构成来看,2021年电影市场的消费人群构成变化明显。随着第一批“00后”步入成年,他们快速涌入电影市场,逐渐成为消费主力军,带动中国电影市场观众整体结构年轻化。

报告显示,从各代际观影偏好来看,青春、爱情、青少动画、惊悚等类型,是“00后”的偏好题材;“95后”

观影除青春、爱情外,更多地选择悬疑题材电影;“90后”对动作、冒险等类型片的偏好更强;“80后”的亲子观影需求旺盛明显体现在其对动画电影的热情上;剧情电影、历史战争题材对“70后”及“70前”观众有着更强吸引力。

分线城市方面来看,一线城市观众的观影偏好集中于进口电影、传记电影;二线城市除进口片外也青睐悬疑、动作等国产类型片;三线城市观众对于亲子动画电影的选择明显提升;在四线城市,爱情、青春类题材受到了更多欢迎。 据中新网