



有佳句无佳章的《盛装》 揭了职场剧创作多少误区

都市职场剧《盛装》表达欲强烈，它的理念输出可能多到小本子不够用。

它回望了产业大环境剧变的前夜：移动互联网的渗透，开始重塑传媒行业的形态；抛出了属于时尚界的法则：高层是中性思维，中层是女性思维，鄙视链的底端是直男思维；张扬了理想主义者的信条：时尚媒体存在的意义，不是为品牌和资本做扩音器，而是肩负着关于美的价值观引领；契合了当下女性的态度：自信自足、相惜相助，困局中依然捍卫优雅和体面；就连剧名的英文版《Pride and Price》都承担着“尊严与价格”的微妙点题。

有清晰的探讨诉求和价值观，创作者此番自我觉知对于追求浓烈戏剧冲突与正向社会能量的平衡是有意义的。然而，《盛装》在意义的层面就此打住。就像陈开怡和肖红雪拉开了架势斗法斗足20集，一箩筐金句里很难找见一桩能代言她们不同主张的典型案列，真正的职场高手过招只剩了理念辩论这一招，稀薄的剧情终究使得创作功亏一篑。

事实上，抽象的意义要抵达具象的故事，迢迢长路从来不靠一键直达。对标职场剧三要素职业、职场、职人，需要剧作讲内行话、拍真实生态、塑造自洽的人物。而职场剧的根本还是“剧”，合情合理合逻辑、见人见事见细节，永远是抵达品质界碑的多轮驱动。拆解有佳句而无佳章的《盛装》，是对更多职场剧创作误区的思考。毕竟，社会生活无限辽阔的当下，能讲述新时代不同行业人群打拼的日常故事，总是观众心之所系。

行业独属的专业与伦理，才是真正的“七寸”

《输赢》让男主角满脸血迹上台签合同，“编剧可能从没出来打工”的短评得到最高赞，脱离现实的浮夸场

景，连外行人都难以取信。《你好检察官》的男女主人公无处不相逢、主要人物都有爱情线时，弹幕上一片“干货不够恋爱来凑”的不满。于是，当《盛装》编剧雷志龙带着八年的时尚杂志从业经历而来，剧本一度是被信任的，信任他能基于切身感悟给出经得起内行人对专业的挑剔，同时为外行人拓展相关职业认知、揭开行业核心伦理的硬核剧情。若还能从行业的特定体系与社会浅层认知里激荡出戏剧矛盾，那将是职场剧、行业剧最迷人之处。

没有“隔行如隔山”的屏障，雷志龙确实为《盛装》设置了精准议题——2016年，新媒体站上风口，传统媒体如何逆势破局？兼具时尚与传媒的双重属性，行业中人能否在名利场边依然理想清醒？两重叩问嵌入时尚大刊杂志社，风雨既来。

前几集，剧情相对利落。宏观的行业变化投射在杂志社报表上——广告与销量数据滑坡趋势明显；撼动着专题部众人认知——自媒体号做了杂志不敢想的事，让时尚放低姿态，“二手时尚”不仅圈住了普通读者，还直接从盛装的老客户里抢走了50万元广告；街头也感知到劲风——书报亭的大叔不再指望杂志卖钱，他琢磨关店转行卖煎饼。微观层面，高层人事震动，杂志社内从老江湖到小萌新，一边惯性运转按部就班，一边面对新帅各有思虑和焦灼。戏剧冲突渐显的杂志社日常，能品出编剧对过往职业的一份追念。

可行业地表破冰后，《盛装》不再往纵深开掘。编剧笔锋一转，写起了职场暗恋、菜鸟进阶、酒桌文化、女性互助、幕后大佬的商战博弈、杂志社内不同层级人物的爱情等。支线故事的笔力各有深浅，固然有值得称道的部分，但更多是些放之四海皆准的“万金油”式桥段。给剧中人等换个行业，他们的纠缠依然成立。缺少时尚杂志行业独属的专业和伦理，捏不

住真正的“七寸”，终究让初始的两重叩问成了虚晃一枪。

前两年，《怪你过分美丽》几乎写透娱乐圈的光怪陆离：一切以数据、流量、资本为标杆，创作被摆到不那么重要的位置——桩桩件件都指向圈内亟待整治的乱象，它的“刀刃向内”让人直呼“敢”。《盛装》所处的时尚界，这些年来也因东西方审美差异、流量明星占领封面、时尚大典宛如名利场番位大戏等争议不断，可剧本隔靴搔痒、入不了肌理。编剧的职场履历在此时看来，反倒像是某种“不敢”和束缚。

职场拼争简化成围绕权力的宫斗，是对职场剧的伤害

《盛装》里，陈开怡是“内容为王”的代言人。对于出版人项庭峰促成肖红雪“空降”，不甘心的她决意宣战。几乎每一集，陈开怡都会用不同的修辞来强调主张：转型要优雅，传媒人的理想主义与杂志社经营的商业模式需要平衡共处，但内容金线神圣不可侵犯。

为了理想主义宣战，动机美丽。可戏呢？剧中没有细节能支撑人物的空喊，我们既见不到一桩案例阐明资本的介入突破内容底线，戏份可怜的两度选题会上也全然没出现资本抢占话语权的矛盾。相反，作为初始阵营的另一方，空降来的肖红雪对专题部一众编辑的过往文章如数家珍，恰恰说明了新主编对内容的不忽视。既然理念不对立，主角剑拔弩张地宣战，与其说为内容而战，不如看成是为权力之争找了个清新体面的理由，哪怕手段相对磊落。

事实上，戏剧列车入场，权谋的呼啸远盛其余。许多观众显然也把《盛装》当成权谋剧来看，“你在《盛装》能活几集”“职场版《甄嬛传》”等讨论在网上声量不小。虽说故事结尾邪不胜正，但拼争的沿途，理想主义之旗在《盛装》里高高扬起，轻飘飘飞远。

职场剧究竟拍什么，前提得厘清职场关系的内核是什么。纵观海外成熟的职场剧工业生产经验，美式职场剧偏爱展示能力王者，推崇个人英雄主义；日式职场人生的气质且丧且燃，不变的是对工匠精神的恪守；韩剧的职场经常带着强烈的社会问题倾向。可见，职场关系是社会关系的一个缩影，一定程度上也折射着人情土壤。

扎根中国社会，我们的职场剧的确会在“人的关系”上铺陈更多戏剧张力。此前，追求一张干净造价表的《理想之城》，销售精英斗法的《输赢》，金融投资小白进阶史《平凡的荣耀》，以及关注公关行业的《完美关系》《紧急公关》等，都在人情关系、“办公室政治”上施以笔墨。这些作品的高低优劣，同剧中的专业度强关联，其间人际关系描摹的合情合时合度也是重要考量。以此标准再看《盛装》，它定位在与国际接轨的时尚界，却忽略了全球化的经济社会文化语境中，北京、上海等国际化大都市的社会关系，已从

人际关系社会向契约社会、从潜规则到明规则逐渐转身的事实。29集的绝大多数篇幅里，盛装杂志社不见规则与秩序，只专注“权力撕扯”。当职场剧简化成“人际关系攻略”“修罗场生存指南”，显然越走越狭隘了。

职人群像需要样本式扫描，更得符合“人”的逻辑

职场剧抑或行业剧，“剧”才是根本。剧是否好看，首先得作品里的角色自洽、动人。

比如《女心理师》上线时，高浓度的专业案例赢得了正向的社会意义，但角色在咨询、恋爱、社会关系等多线程叙事的主次不够鲜明、风格没能完全兼容，使得作品离佳作尚有距离。《安家》里卖房子的专业手势让人看得入神，但女主角房似锦被层层叠加的原生家庭惨状，又终靠爱情救赎的结局，也被许多观众视作多余。归纳起来，职场剧对群像、对多线程戏剧线索的需求，不在于取样多寡、话题数量，角色各自的内生驱动力、群像间的关联、线索的并进交织能否与戏剧目标捏合，才是关键。

《盛装》里的群像，本可以是直奔同一戏剧目的的同行者。有人捍卫理想，有人推崇实用主义，有人骑墙摇摆，说到底是在行业流变中不同个体的选择。即便这间顶尖大刊里，专心搞事业的似乎只有一只脚已踏入新媒体河流的资深编辑赵昕，但对完整的故事而言，争权者与观望者们、菜鸟和老油条，他们承担的仍是对行业的有效思考。

但许是为了丰富看点，或为了罗织更广的社会话题，《盛装》成了“散装”。因抑郁症自尽的原主编林乔治被当作悬疑剧的引子抛出，但很快没了下文；雷启泰和陈开怡、项庭峰和肖红雪，职场攻心计的同时，两对感情纠葛跳不出重复的控制与算计；大佬顾明山坐而论道俨然幕后高人，从指点项庭峰到支持柳子琪，似是要转入高级商战的轨道，可他身染恶疾已知天命的底牌揭开时，剧本似乎更想塑造一个追念“白月光”一辈子的深情老头形象；至于李娜，她的菜鸟成长史还未能讲得踏实可信，旧东家老赖所表现的人间有真情，前男友背负的渣男不值得，都是乱上加乱。更离谱的还有专题部总监严凯，口口声声坚守理想，却在同事们为翻版彻夜加班时，与新人天台上喝酒交心到天明；也是他，嚷嚷着召集同事开选题会，自己却跟女友跑没了影……

样本式扫描的群像到了《盛装》变为样本式扫描，故事的致命伤便在这里：铺排了太多看似有玄机实则虚张声势毫无实质作用的角色，讲故事过程中让“人”的逻辑让位于戏剧的功能性，最终，无力收束、人设大面积崩塌，群像成了四不像。而这辆戏剧列车开成了毫无章法的出轨列车，搭载再多价值观输出，也挡不住翻车翻得惨烈。

据文汇报