

离开武打角色怎么突破 动作明星升级转型路难走

甄子丹等演员主演的电影《搜救》上映18天仅收获1700多万票房,口碑也不高。在这部作品中,甄子丹抛开功夫,用真诚的表演诠释一个深情的父亲,并且担任了电影监制,然而离开功夫,跟普通演员拼演技、拼作品,甄子丹能行吗?年龄渐增等因素促使动作明星寻求转型之路,但转型升级对于大多数动作明星来说并不容易。

难寻佳作

给人留下特别能打的印象的甄子丹,其实已经年届六旬,他降低片酬主演灾难冒险电影《搜救》,可能也是为了顺利转型到其他类型大片中,继续自己的事业。但作为一部特效需求大、拍摄周期比较长的灾难电影,《搜救》1700多万的票房收获确实惨不忍睹。

这部电影不吸睛,可能是其家庭灾难片的故事类型不够新颖,套用的还是好莱坞父救子灾难片的创作路子,但又花了很多笔墨去描述夫妻关系、父子关系甚至亲子育儿,影片的主题不是大团圆的“爽感”,而是“痛感”和反思;这部影片虽然有雪崩、冰下救援等大场面,但也不是类型化风格强烈的灾难冒险片,影片很多剧情逻辑别扭,导致观众吐槽。片中的甄子丹努力诠释了一个“以命换命救子”的父亲,甄子丹的演技肯定不拖后腿,不少观众认为剧情拖累了甄子丹,浪费了好演员。

四部《叶问》电影是甄子丹演艺生涯的高光时刻,虽然口碑越演越低,但票房获得丰收。《叶问》之外,甄子丹近年来的作品只有警匪片《怒火·重案》票房还不错,《冰封侠》系列、《卧虎藏龙:青冥宝剑》等影片,票房和口碑都不高。这两年甄子丹还主演了武侠题材网络电影,客串武侠剧等,作品不少,但立得住的动作戏角色难有,确实需要认真从角色上转型。

同样,在《黄飞鸿》系列中也很能打的赵文卓,2010年后作品寥寥,虽然拍了多部《黄飞鸿》系列的网络电影,但口碑难以出圈。赵文卓也转型做



导演拍摄了网络电影《反击》,但关注度不高。张晋主演的新片《狼群》是以武打戏为主的商业片,拳拳到肉的打戏充满激情,有爽片的气质,但票房也仅停留在2800万。

转型不易

如今的影视圈,文艺片、都市片、悬疑、喜剧等类型作品都在不断出新作、冒新人,比如喜剧片行业不断更新换代、创新求变,唯独动作片在新人演员方面青黄不接。如今快70岁的成龙,近两年演的电影题材非常多样,有《解忧杂货店》《神探蒲松龄》《急先锋》等,打戏已经不是成龙电影的最大看点。

更多功夫明星另寻他路寻找事业突破点。赵文卓去年因为参加真人秀综艺《披荆斩棘的哥哥》又引发了一些关注,他在综艺节目中“老大哥”的形象也很有反差感,但没有好的影视作品持续与观众见面,真人秀带来的关注转瞬即逝。同时因参加《披荆斩棘的哥哥》也火了一波的还有张晋。

当年在《杀破狼2》中,吴京和张晋的对打非常精彩,而目前张晋最吸睛的是在多档综艺节目中的丈夫形象。

功夫明星转型还得看机遇。杨紫琼今年主演好莱坞口碑电影《瞬息全宇宙》,成为以精湛表演被认可的演员。杨紫琼接受采访时说,这是她期待了好久的剧本,终于能有机会向观众展现她功夫之外的表演能力了。像杨紫琼这个级别的功夫明星,演一辈子打戏角色形象基本固定,能接到非打戏的好剧本,对她来说也是可遇而不可求。

动作明星中只有吴京彻底转型成功,从打戏老本行中突围,转型为枪战片、灾难片的硬汉,但国产动作硬汉片也不是创作主流,吴京也一直在主流大片中寻找自己的更多定位和落脚点。

动作明星转型受制于影视创作潮流,同时如果演技不够精湛和多元化,转型的难度也很大,但一般情况下动作明星都不会丢掉自己的动作戏老本行,毕竟只吃老本也有戏可拍,只不过很难再凭功夫角色逆袭翻身。

据齐鲁晚报

《跃上高阶职场》不走寻常路 聚焦轻熟龄

面对“什么都在亿点点”的甲方需求,改还是不改?当老板对你的方案作出评价,是接受还是质疑?同事之间有矛盾,该如何成为化解矛盾的“拆弹专家”?由腾讯视频出品的综艺《跃上高阶职场》以广告行业为背景,不再聚焦职场应届新人,而是直击30岁左右轻熟龄职场人的痛点,还原跃升过程中真实的职场竞争生态。即将迎来尾声,节目口碑依然坚挺,豆瓣评分7.7分。不难发现,职场综艺的同质化赛道上正掀起一轮新的浪潮。

新打法 关注职场进阶之道

作为一档职场观察类综艺,《跃上高阶职场》构建“真人秀+演播室”两大场景,由马伊琍、毛晓彤、杨天真、陈铭、徐志胜、何同学担任“见证团”,节目内则汇聚了一群从业经验在两年以上的广告人,他们进入创意广告公司BBDO,在导师带领下共同竞争S工作室(S-team)的席位。

与同类综艺相比,《跃上高阶职场》走的是差异化路线。最突出的一点是素人定位不同。这个节目的参与者不是零经验的职场“小白”,而是一群自带标签的轻熟龄职场“老人”。比如,策略岗

刘权曾三进三出公司,被老板质疑其稳定性;美术岗包子入行十二年,创新能力遭质疑;文案岗八月是两个孩子的母亲,要面对家庭和工作的双重考验;依秋刚经历裁员,在新公司是个“小透明”,不够突出。相较而言,年轻的90后选手妙妙,创意不断,入行两年就拿下重量级广告大奖,以后浪姿态冲击着前浪。这十余位候选人组成了一幅职场众生相,他们面临的境遇和问题,观众或能在对照自己时找到相似的痕迹。

如何进阶攀升,成为S工作室的一员,是这档节目的表现重点。要想成为S工作室的成员,选手们必须展现出行业顶尖的业务能力和更为旺盛的职业生命力。因此,节目难度层层加码。如围绕冰箱产品进行3分钟的即兴创意大乱斗,就“如何使用月饼达到甚至超过饺子、汤圆、粽子的消费频次”进行8分钟限时提案……在以往同类综艺中,实习生会受到更多的保护和指导,更像是模拟职场,但在《跃上高阶职场》中,任务周期大大缩短,淘汰机制更为残酷。

遇困局 同质化内容难“出圈”

事实上,自2019年起,《令人心动的offer》第一

季在国内综艺圈打响头炮,类似的职场观察类真人秀就如雨后春笋般涌现。据不完全统计,播出的国内同类型综艺已多达十余部。

当前,腾讯视频推出的《令人心动的offer》已播出三季,前两季均聚焦律师行业,展现“职场小白”争夺转正录用的成长故事,第三季围绕医疗行业,考核医学生的临床工作,来获得医院最终面试资格的发放;芒果TV自制的《初入职场的新人》,第一季选取进入家电和影视行业的职场新人为主角,第二季则瞄准较为神秘的法医群体;江苏卫视推出的《闪闪发光的你》第一、二季分别以证券、投行金融行业为切口,探讨即将毕业的学生初入职场状态。据了解,《令人心动的offer》第四季也在蓄势待发,正在招募各大院校建筑及相关专业的在校生和毕业生等。

目前播出的《跃上高阶职场》,也是由《令人心动的offer》原班人马打造,并尝试另辟蹊径,7.7的评分也在豆瓣职场综艺片单中居于前列,但热度并没有如期待中高涨。有豆瓣网友评论说:“虽然说是高阶,但是很多人表现出来的问题仍然是低阶问题。”

不难看出,职场综艺这一垂类赛道竟逐依旧激烈,且大多为“新瓶装旧酒”“换汤不换药”。时代在变化,观众对于职场节目的情绪需求也在迭代。职场综艺如何摆脱同质化的困局,在主流题材找到新的内容产出,并提供正向的情绪价值以及议题讨论空间,或许是后续“破局”需要考虑的重点。

据羊城晚报