

高罗佩版“狄公”妙在何处？

古装悬疑剧《大唐狄公案》正在央视热播。该剧改编自荷兰外交官、汉学家、小说家高罗佩的东方推理小说《大唐狄公案》。

高罗佩《狄公案》系列小说24篇，长中短篇俱全

高罗佩1910年出生于荷兰聚特芬。1935年，高罗佩在荷兰莱顿大学取得哲学博士学位，同年进入荷兰外交部工作，曾在多个国家工作，大部分时间在亚洲各国度过。高罗佩长年在东方工作和生活，酷爱东方文化。1950年起，高罗佩着手用英文写作《狄公案》系列小说。

到1967年逝世为止，高罗佩一共创作了《狄公案》系列小说24篇，其中14部中长篇、2部中篇、8部短篇，按案件发生地理位置分为8册，分别为《蓬莱篇》《汉源篇》《浦阳篇上》《浦阳篇下》《兰坊篇》与《四方篇》等。24桩奇案长中短篇俱全，成为后世狄仁杰系列电影、电视剧及推理佳作的创意之源。

小说以中国唐朝名臣狄仁杰为主人公，讲述其传奇经历，兼容中国古典公案小说和现代侦探推理小说

之长，将盛唐背景融于推理故事，在断案过程中穿插描述大唐的司法、政治、刑律和社会生活的各个方面，勾勒一幅古中国社会生活图卷。

原作全部用英文写成，享誉英美德日法等38个国家和地区，有超过29种语言版本，广受各国读者好评，至今长盛不衰。

凝聚高罗佩毕生心血的《狄公案》系列小说，是这位中西文化的使者留下的珍贵文化遗产。除《狄公案》系列小说之外，高罗佩的其他作品还有《琴道》《嵇康及其琴赋》等。

高罗佩曾评价自己一身三任：外交官是他的职业，汉学是他的终身事业，写小说是他的业余爱好。高罗佩对中国研究颇深：他痴迷于琴棋书画，对中国旧体诗词也是信手拈来。这也为他写就《大唐狄公案》奠定了学识基础。

兼采东西方之所长，塑造“不一样”的神探

高罗佩作为荷兰汉学家，对中国题材的运用炉火纯青，在创作过程中兼采东西方之所长，《狄公案》

系列小说取材于中国古典司法类著作和公案小说，借鉴了中国古典小说章回体形式，运用了近现代西方



《大唐狄公案》封面

侦探小说写作手法，中西融合，塑造了一位思维缜密、知行合一、务实的古代大侦探形象。

小说情节布局复杂，千回百转，如茧抽丝，娓娓展开，而随着案件进展所展现出的人心善恶，更是引人掩卷深思，欲罢不能。

异于传统的中式公案小说，《大唐狄公案》有意塑造一个“不一样”的中国神探。他并非属于样板化的“青天大老爷”形象，举手投足都极具个人魅力。书中的狄仁杰是一个重效率而轻缛节，讲操守而又善变通的神探。他既有硬核推理的果断，又有慈悲之心。他正气凛然，一心断案，当更大的

危机随真相被拖出泥潭时，他也会踟蹰不前，但他始终坚持正义，誓要查个水落石出。

这套现代出版社的《大唐狄公案》（全6册）由在国内译林小有名气的译者冬初阳主持翻译并统稿，作为主译者的冬初阳自幼听评书读金庸，深谙古典小说语言的精华，其译本在保证明白晓畅的同时，采用了类明清白话文的翻译风格，更符合中国人的阅读习惯，给读者以更亲切自然的阅读体验。此外，书内附高罗佩手绘插图，更有译者前言万字导读及创作年表附录，清晰解读旷世巨作台前幕后的故事。

据广州日报

春节档缘何爆发“撤档潮”

2024年春节档以80亿总票房打破多个纪录，迎来开门红。而8部影片有4部官宣“退档”，也为这个春节档带来了“史上罕见”的标签。一时全网哗然，#我也退出了春节档#、#撤档元年#等成热门话题。“吃不上肉也喝不了汤，打不过就撤”，再次证明了春节档的特殊性，只有质量过硬，并符合档期调性的影片，才能走得稳且远。

罕见的撤档潮从2月14日晚开始，当晚《我们一起摇太阳》主出品方宣布2月15日后撤出春节档，将于3月30日再上映。该片讲述两位重症青年勇敢的“生死约定”，拨开命运阴霾，终见生命阳光的故事，题材较为沉重；2月16日，又有两部影片宣布撤档。动画电影《黄貔：天降财神猫》在20点左右宣布“后会有期，江湖再见”，23点，刘德华主演、宁浩导演的优雅喜剧片《红毯先生》，聚焦的“沟通”话题，成为第三部撤出春节档的影片；2月17日，动画电影《八戒之天蓬下界》官宣退出春节档。

从春节档的激烈厮杀程度就可以看出，春节档是全年最黄金的档期。它具有最强的聚集效应，是一年中观影人数最多的档期。拿今年春节档来说，8天的观影总人次为1.63亿，创中国影史春节档票房新高的同时，也创中国影史春节档观影人次新高和春节档场次新高。

正因为此，在口碑和市场无形手的指挥下，更是会“早的早死，涝的涝死”。正月初一到初八，《热辣滚烫》《飞驰人生2》《熊出没·逆转时空》《第二十条》完全占据票房前四名，从收官成绩看，前两名《热辣滚烫》《飞驰人生2》均破23亿，往年坐小孩那桌的《熊出没·逆转时空》表现神勇

地拿下超13亿票房，加上《第二十条》，这四部电影合力占据了春节档97.5%票房。剩下2.5%的票房则来自撤档的四部电影，《我们一起摇太阳》票房9334.6万，最惨的《黄貔：天降财神猫》票房才84.3万，直接形成巨大落差。

因为撤档影片数量占一半，自然引起广泛关注和热议，“打不过就撤”“电影随意退档，可以这么儿戏吗？”是很多网友的疑问，甚至还有网友质疑表示，“如此胡闹，再映后谁还会去看？”

影片撤档，是市场竞争失败的下策。这四部电影上映后口碑发酵不足，无法吸引后续观众买票，而影院“看天吃饭”，排片跟着口碑走，一般上映两到三天，口碑就见分晓，哪个电影卖得好就排哪部，没有排片也就意味着没有票房，

所以正月初五起，《我们一起摇太阳》口碑效应未起效，排片占比稀少，继而宣布退档。

当然了，上映数日后撤档，属于无奈的商业行为，但也是有先例的，只是今年一下子出现了4部，数量惊人。2023年邓超执导的体育题材片《中国乒乓之绝地反击》1月24日大年初三上映，收获4000万票房后，紧急撤出春节档，于大年初五起调整为小规模放映，至2月17日再上映。不过，重映的《中国乒乓之绝地反击》表现依然欠佳，该片的最终累计票房为1亿。

由此可见，撤档给片方与作品带来的口碑损失显而易见，改档上映也是一次博弈。对观众来说，齐刷刷撤档的操作是败好感的，可能会影响路人缘，并且想撤就撤在一定程度上也扰乱了市场秩序。不过，如果不是成绩实在说不过去，很难收回成本，谁也不愿意撤档。据悉，《红毯先生》《我们一起摇太阳》的宣发成本较高，《红毯先生》公开披露的成本高达2.6亿元，片方希望通过二次发行来扳回一城。

是吃肉还是喝汤？每年的春节档前总有这样的议论，有人认为，这么黄金的档期，就算吃不上肉，蹭点汤总归是有可能的吧，但事实很残酷，选错档期真的只会雪上加霜。

从今年春节档前四名的优异表现来看，它们抓住了春节档核心观影的消费诉求——既有合家欢喜元素，也擅长揣摩观众心理，给足情绪价值，更有对社会、个人命运以及成长的关照和思考，由此带来广泛的话题营销，这些都高度契合了春节档期的观影氛围。

今年罕见的撤档潮说明，春节档影片需要更强的竞争力和更精准的市场定位。正如清华大学新闻与传播学院教授尹鸿所言，档期既有市场逻辑，更是观众心理学的范畴，要认真对待观众，研究观众，观众认可才能胜出。

据扬子晚报