

普通人横店圆电影梦 你不会演 可我会拍啊



采访撰文：中国青年报 中青在线记者 沈杰群
视频制作：青年范儿工作室 王坤的 沈杰群



你看过这样的电影吗？剧本故事你都知悉，可所有演员的面孔让你陌生到出戏。3个稚嫩孩童穿上刘备、关羽、张飞的服饰，一脸正经，去隆中寻访卧龙先生。4个40岁左右的中年妇女，摇头晃脑，挥扇大笑，演绎风流倜傥的江南四大才子。

一个荷兰小哥挑战《甄嬛传》里太医温实初的戏份，用费劲的中国话一字字挤出台词：做臣与娘娘的确是清白的啊！台词一次没敢说利索，荷兰小哥吐舌：Can I do the second line (我可以再拍一条吗)？

看到这种人员配置，你也许以为这是某家公司年会的cosplay节目，又或是网友的恶搞视频，但他们的确是在正经拍电影！在这个片场，演员都是普通人，缺少专业演员的颜值和演技，但个个演得异常投入，连眉眼都努力模仿着原剧中人物的神情。

这一切发生在横店影视城，穿古装、吊威亚、化特效妆，普通人也能拍大片，甚至拥有一场专属的开机仪式和杀青仪式。不必具备任何表演基础，不用专门为拍电影腾出足够档期。在至少半小时、顶多3小时的时间里，就能过一把戏瘾，演最火的国产影视剧，做最爱的剧中人。

冲撞影视概念来横店 拍部电影更不虚此行

采访当天，中国青年报 中青在线记者遇到来拍微电影的旅行团。导游带领大家从明清宫苑的神武门进入，微电影公司导演将所有人分为《唐伯虎点秋香》与《格格出嫁》两个剧组，分别带到不同的化妆间分配角色、说戏、试装，然后出门正式拍摄。

一名游客对中国青年报 中青在线记者说，这次组团来横店拍电影，是单位安排的福利。刚开始演很紧张，一句完整的台词都说不出来，后来渐渐顺利多了。

戏，他觉得一穿上这种服饰，就是正儿八经在演大片了，很认真。传承传统文化，也是吴潇们试图达成的目的之一。为此，公司一直在推进少儿课本剧、少儿真人剧的拍摄制作。比如，在每年暑期的影视体验夏令营中，孩子们可以来横店表演《三顾茅庐》《智擒鳌拜》等课本剧，用另外一种方式理解中国传统文化。曾有一个暑假，多达8000多个孩子前来表演过课本剧。

最主要的目的是玩得开心吧！微电影公司的导演许良乔说，玩得开心，这是顾客的需求，许良乔对自己作品的要求可一点儿也没松懈。中国青年报 中青在线记者在拍摄现场看到，仅仅一场，皇上被格格们围追堵截的戏，他就让一群游客来回狂奔了至少5次。游客可能对影视要求一无所知，但人家可能就拍这一次，还要拿回去给家人看，我们要负责任，希望拍好一点。

许良乔来横店9年了，早先一直在剧组做现场制片，很羡慕导演拍戏的状态，后来偶然碰上给普通游客拍电影的契机。他感慨，一开始觉得特别不可思议，毕竟一天要拍三四个组，这和专业剧组拍电影的节奏差异太大。许良乔觉得，大家之所以愿意来横店拍微电影，是因为内心有一份代入感，毕竟脚下这片土地，诞生过他们喜爱的那些影视剧。

吴潇介绍，公司在创作微电影剧本时，主要遵循几个基本要求：保证剧本适合25-30个人演，适合现有的布置好的场景；服装相对适合这个朝代，每个人都要露脸和有台词。符合以上要求后，再结合时下热播剧进一步创作剧本。当《甄嬛传》火的时候，他们选取《甄嬛传》里大家耳熟能详的片段，比如惊心动魄的滴血验亲，复原原剧场景，再改编相关桥段，加入几个新角色。

当时还原滴血验亲的顾客，是一群来搞团建的外企员工，其中饰演太医的荷兰小哥的表演极其耀眼。公司总导演张金泉说，让外国顾客讲中文台词是很费功夫的，需要一字一句教他们照着念。他发现，外国顾客认为中国古代文化很神秘，所以在进行穿越式体验时，会有点小紧张，又很愉快，感觉很有纪念意义，总拿着手机各种拍照。吴潇回忆，外国人真地特别喜欢清宫

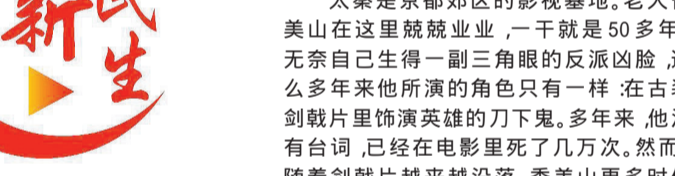
在横店 明清宫苑内，一群游客正在拍摄微电影《格格出嫁》。

的体验，弥补他们旅行中的遗憾。我觉得很好玩，给游客拍小短片也是在娱乐自己。张金泉对中国青年报 中青在线记者说，从事这个职业固然辛苦，但有时让他获得了快乐和成就感。不会演戏的顾客，我们能给他们拍出一部微电影。如果时间足够，我们还能把效果做得更好，不是很有成就感？每次看到一开拍就紧张到不会走路的顾客，张金泉心里总想说一句：不用紧张，放开了来嘛！

顾客的现场表现也可能为张金泉带来意外反馈。有一次，来自东北的一家三口拍摄《太后吉祥》，其中一段原本设定为情感戏。张金泉起初担心他们驾驭不了这种戏份，谁知顾客演得特别投入和到位，演着演着眼泪鼻涕，得涌了出来。

个人拍摄水平的提升，也是从事这个职业的收获。有一次，为了拍摄一个人走50米路、没有台词却要展现内心转变的戏，张金泉从当天傍晚6点拍到次日凌晨。他竭尽全力展现这50米的内心戏，尝试了各种机位，去拍摄那个角色如何走到路灯下面，头顶雨水落下来，人慢慢下蹲，抱住膝盖而忍住眼泪，最后再整理好心情回到家。

折腾了一整夜，张金泉下了十足的功夫。顾客中途也提出过放弃，说：导演我实在不行，演不出来。张金泉给他输送信心：你可以的，你跟着我的感觉来。最终出炉的成片效果格外理想，这对顾客和张金泉来说，都是最好的馈赠。



有人说，日本的三百六十行都可以把工匠精神发挥到极致。那么，这部电影的主人公就算是龙套界的大师。大秦是京都郊区的影视基地。老人香美山在这里兢兢业业，一干就是50多年。无奈自己生得一副三角眼的反派凶脸，这么多年来他所演的角色只有一样：在古装剑戟片里饰演英雄的刀下鬼。多年来，他没有台词，已经在电影里死了几万次。然而，随着剑戟片越来越没落，香美山更多时候只能给影视城的游客表演，顺便当个合照的吉祥物。

一天，年轻的女演员五月来向香美山请教武术。香美山精心调教，竟然把五月从一个龙套变成了武打巨星。功成名就的五月回到大秦，发现香美山已经退休。五月诚挚邀请香美山再度出山饰演自己的刀下鬼。可是，这一次，倒下的香美山再也没有起来。

今天，银幕上的动作场面越来越依赖特效。像香美山一样的演员虽然越来越真刀真枪，退休却似乎是一种必然。让人欣慰的是，电影界没有忘记他们。有这样一部温情十足的作品向他们致敬，这也是对自身行业的尊重。

《我是路人甲》(中国 2015) 坦白说，这部电影狗血剧情略多，鸡汤味太浓，但它真实记录了横漂的人情冷暖。片子里的演员都出身横漂，饰演的角色都用真名。这部电影也是他们各自作为主角的开始。

怀揣着明星梦和母亲给的一千块钱，大学毕业生万国鹏跑到横店，却发现这里想当演员的人满地都是。一番挫折之后，他成了一名持证的专业群众演员。与此同时，女孩王婷也带着相似的梦想在横店打拼，可男友稍有名气就甩掉她一走了之。

《爱乐之城》(美国 2016) 女孩米娅住在好莱坞，她和室友每天的工作就是奔赴各大片场试镜。哪怕再小的角色也不放过，即便如此还是屡屡碰壁。她邂逅了落魄的爵士乐手塞巴斯蒂安，两人渐生情愫。不甘于跑龙套的米娅试图在舞台剧领域开辟自己的天地，塞巴斯蒂安的事业也在新的俱乐部蒸蒸日上。可是，忙碌的生活让他们的感情无疾而终。

影片在当代的洛杉矶拍出了浓浓的怀旧风。或许，因为这部电影就是一个俗套的好故事，又或者，这是一个经典的题材：从好莱坞诞生之初起，无名之辈追逐梦想是从未变过的母题。只是，梦想和爱情是否可以两全其美呢？

西西弗开到100家 实体书店温暖回归

中国青年报 中青在线记者 蒋肖斌 实习生 林英涵

希腊神话中有一个颇具悲剧色彩的故事：西西弗斯因为触犯诸神，被惩罚把巨石滚上山顶，但一到山顶石头必会重新滚下去，如此循环往复。1993年8月8日，一家民营书店在贵州遵义碧云路72号诞生，取名西西弗，带点儿牺牲与坚持的意味，希望自己可以成为图书行业的西西弗斯。

24年间，西西弗从一家仅有20平方米的小书店，发展成为全国连锁书店。在贵州开了8家书店后，2008年，西西弗迈出本省第一步是来到重庆，之后陆续在成都、南宁、深圳开店，2015年后北上至长三角、东北及华北地区。现在，西西弗足迹遍布包括北上广深等一线城市在内的全国40多个城市。10月15日，西西弗的第100家书店在天津开业。

据《第一财经周刊》调查，北、上、广、深、蓉、汉、杭、宁八大城市，共有2781个书店品牌，其中连锁品牌有117个，占比4.2%，只有1到2家门店的书店品牌占比为95.8%。西西弗大概是其中的一个异类。在实体书店不景气的这10年间，足开了100家书店。它的成功除了依靠西西弗斯一样的坚持，还有什么秘密？

西西弗书店高级推广高静告诉中国青年报 中青在线记者，2009年，西西弗与商业地产合作，引入 park 书店概念，把更像一个生活体验馆的书店开到了商场里。商场为书店带来人流，书店为商场提升文化氛围。这种双赢的合作现在证明是成功的，park 书店概念其后也被更多的书店同行模仿，比如，Page One 书店就在北京国贸，方所书店进驻了广州太古汇。

高静表示，目前中国的阅读市场并不成熟，人均读书量较低，市场潜在空间大。一个商场没有书店，也有很多人来购物、看电影、吃东西，但是如果有了书店，大家就有可能走进书店看看，顺便买两本书。一个城市里的成熟读者是很少的，西西弗要做的，就是把这些可读可不读的客群进行整合，很大意义上我们在做大众市场培育。一个城市有越来越多购物广场，西西弗在这里转换读者。

在网络书店的冲击下，经历了实体书店倒闭潮之后，很多民营书店改变了单纯卖书的经营路径，更注重对店内文化空间的打造。今年8月，原本以经营传统书店为主业的新华文轩打造的文轩BOOKS在位于成都高新区的一座购物中心开业，涵盖了图书文创、智慧阅读、文化活动等多种文化消费和体验。现在，文轩BOOKS 每个

周末的客流量都超过2万人，儿童区还要限流排队。

10月16日，同样来自成都的言几又进入杭州，门店面积达3200平方米，成为杭州单体面积最大的民营书店。与其说是书店，不如说是集图书、咖啡厅、艺术画廊、文创生活于一体的城市文化空间。而号称广州首家不打烊书店的1200bookshop，也打造了品牌栏目深夜读书分享会，请背包客读者分享自己的经历。

西西弗根据所在地读者的特点，免费开展各类文化活动，有畅销作家的大型签售会、文化名人的主题演讲会，还有书友读书会、亲子活动等。截至今年10月10日，西西弗已经举办了866场活动，平均每天3场。

不过，外表时髦的西西弗依然保留了一颗本初的心。它强调书店的本位，图书在面积占比上占据绝对优势，书店面积占卖场总面积的80%，咖啡仅占20%，文创产品区域也仅有20平方米左右。如何更好地卖书，西西弗是大数据的推崇者。它引入了零售领域的数字化管理，给每本书都打上10个以上的属性标签，把读者和书做数据化的匹配，还根据门店所在的商圈、消费能力等，判断一本书值不值得被采购，适合放进哪家书店、需要跟什么书摆放一起。

还是为了营造气氛。这张画就像当导演，觉得自己就在台儿庄，直到现在都没有完全放下。为了真实，徐青峰借住八一电影制片厂的摄影棚，搭出了一个城墙模型，又用塑料布在地上铺出护城河，还找了40多个演员来模拟战场场景。我找的演员很多是工地上的工人。那时候的士兵，身上的肌肉是干农活干出来的，这种肌肉和在健身房练出来的一样。有的人画历史画，找模特一定要双眼皮、一定要身材好，画出来就像明星，太假。我想尽可能还原历史真实。

烧塌炸毁的城墙又是什么模样？这不

所以，西西弗的每一家门店都拥有独一无二

的图书馆，同城不同书，橱窗陈列和图书摆放的方式也各不相同。平均每家新店里有3000-5000种书是专门为这家书店量身定制的，占比近20%。以北京的3家西西弗书店为例，五彩城店以家庭读者为主，所以有更丰富的少儿类图书；蓝色港湾店地处使馆区和热闹商圈，进口原版图书比例就高于其他门店。

高静说：书的进、销、存、退 都变得标准化。一家400-500平方米的书店，只要日均进店人数超过1000人，就能保证这家店的年收入在500万元以上。经历了10年衰退，实体书店在这个姗姗来迟的冬日里有回暖的迹象。据媒体报道，



现在的西西弗书店 创办于1993年的第一家西西弗书店

了老太太皮肤的顏色。为什么观众愿意看？因为画家把人画出来了，普通人近。徐青峰说，在很长时间内，学术圈脱离了普通人的审美，甚至贬低了群众的审美，大家都看美了，显得我水平不高。

而且，普通观众也一度失去了对审美的自信。徐青峰经常在展厅问观众：你喜欢哪一幅画，大部分观众回答他的第一句话是：我不懂。这时候，徐青峰就请观众说：你懂。审美是人的基本权利，是天生的。本次展览共展出了徐青峰的89幅作品，最早的一幅是他19岁时的素描自画像，最近的作品包括今年去新疆、甘南、威海的写生作品，展览作品跨度26年。关于展览名字，尽我所能，徐青峰说：把这26年的画挂在一起，很容易看清楚自己的缺点。

识人

中国青年报 中青在线记者 蒋肖斌

这一片弹坑，我能在台儿庄的城墙上给你找出原型。著名画家徐青峰指着布面油画《血战台儿庄》说。由中国美术家协会艺术委员会、中央美术学院造型学院、中国油画院共同主办的“尽我所能——徐青峰绘画艺术作品展”，11月11日-30日在中国油画院展出。

徐青峰出生于1972年，当过青岛大学教授、山东美术馆馆长，现任中国油画院副院长。从11岁开始学画的他，觉得自己首先是一名画家。

油画家徐青峰：学术圈不能脱离普通人的审美

徐青峰画了3年多，除了前期准备和草稿，在画布上就画了整整一年。在他看来，态度对一个画家来说至关重要，现在用一年时间画一张画的人很少，多的是上午画好几张，连送人带展览都够了。

《血战台儿庄》是一幅历史画，徐青峰毫不讳言，此前很多历史画，看上去都很假，原因很简单，画家是根据老照片拼凑起画面，照片的光线、冷暖不同，还得自己编造细节，而编造出来的东西，最大的问题就是不真。