

从拼凑之作到影史最赚钱

《速度与激情》系列还能撑多久？

《速度与激情10》率先在中国公映，上映5天票房已超过5亿元。从第一部只是部赚快钱的B级片，谁能想到22年后它成为和邦德、碟中谍、DC以及漫威群英会同等重要的系列电影，而且几乎是21世纪以后新创电影系列仅存的硕果。

从拼凑之作到影史最赚钱的系列之一

2001年的《速度与激情》是一部仓促拍成的拼凑之作，主创从一篇杂志文章里得到灵感，影片主线情节挪用了凯瑟琳·毕格罗在1991年导演的《惊爆点》，片名来自“B级片之王”罗杰·科曼制片的一部老电影，这种种操作搁在今天会有抄袭之嫌而被口诛笔伐。

当年的制片和导演抱着“赚一票就跑”的心态，找来范·迪塞尔和保罗·沃克这对主演。迪塞尔虽然之前出演过斯皮尔伯格导演的《拯救大兵瑞恩》，但他和当时的保罗·沃克都被视为“影碟店演员”，因为他们主演的电影大多直接发行影碟。

万万没想到，这部投资3800万美元的飙车爽片，最终获得2亿美元票房。以这样的投资回报比，不拍续集很难收场。

当年的迪塞尔并不看好“速激”系列，他接连缺席了第二部和第三部。到2006年，迪塞尔出演的《星际传奇》和《极限特工》两部系列电影，续集的口碑和票房都不如意，而这一年，华裔导演林诣彬拍摄了《速度与激情3：东京漂移》，一扫之前两部“飙车警匪片”无轨电车式的散漫混乱，确立了一个电影品牌鲜明的个性和卖点：把汽车作为和演员同等重要的角色，围绕着汽车制造奇观。

于是，迪塞尔以主演和制片人的双重身份回归《速度与激情4》，他把职业生涯的赌注押到了这个电影系列中，若干年后，他的名字和“速激”无法拆分。

角色人设和演员光环掩饰剧情短板

由于项目早期欠缺规划，3部电影留下一堆混乱的人物和时间线，但这个短板阴差阳错地成就了后来的“唐老大家庭宇宙”。“家庭”这个概念来自迪塞尔的提议，因为对第四部剧本初稿故事线的不满意，他提出把“家庭观念”作为和飙车动作戏平行的文戏逻辑。

影片里的“家庭”，既有唐和老母亲、妹妹米娅、爱人莱蒂，以及好友兼妹夫布莱恩之间由传统血缘和婚姻缔结的亲族网络，也有唐和罗曼、泰吉、韩、拉姆齐这群萍水相逢但志趣相投的伙伴们组成友谊维系的大家庭。

从2009年到2017年的8年中，先后4部续作尽管故事线浮皮潦草，对白幼稚可笑，但是在时间的积累中，充满个性的演员们赋予了片中角色凌驾于剧情的个人魅力，也制造了种种游离于情节和大场面之外的幽默细节。比如迪塞尔扮演的唐永远慢条斯理说话的模样，莱蒂散发着远远大于她娇小个头的强大气场，活宝式的罗曼成了抢镜讨喜的“丑角”。至于扮演布莱恩的保罗·沃克在拍摄第七部时因车祸去世，更是给整个系列笼罩上一层让人扼腕的乡愁色彩。

从第四部起，作为制片人的迪塞尔让影片的投资规模水涨船高，也借助个人的人脉，先后吸引“巨石”强森、杰森·斯坦森、盖尔·加朵、海伦·米伦、查理兹·塞隆、布丽·拉尔森等超级巨星和影后们出演戏份不等的配角，花哨的角色人设和演员光环结合制造的吸引力效应，遮掩了全系列影片剧作层面的单一匮乏。譬如在第十集里，反派但丁和唐之间血仇的情理逻辑不重要，浓墨重彩突出演员杰森·莫玛叠加于这个角色的标签化个性：招摇骚气的扮相和壮汉身材形成的反差萌，咏叹调式浮夸性情和残忍冷血反社会人格的一体两面，这个人物漫画式的外在姿态，胜过他内在的合理性。



《速度与激情10》海报

“汽车”和“家庭”：情感满足机制的两个支点

奇观消费对欲望的放纵和僭越，最终靠万变不离其宗的“家庭”观来平衡，额外附赠情感的抚慰。

从第三部起，林诣彬导演成就了这个系列在奇观电影领域的核心竞争力，即对汽车功能无所不用其极的想象式开发，并相应物尽其用的毁灭式损耗。

在第八部，汽车飞了起来，到第九部，牛顿都无法阻止主角团开车上天放卫星，相比之下，刚上映的第十部里，唐驾车在台伯河边飞檐走壁或顺着水坝陡坡冲入深潭，竟显出了尊重地心引力的谦卑。汽车滑出飞行中的军用飞机机舱，空降在高速路上，老式福特汽车改装配上加农炮——这个系列的制作趣味就在于持续地挑战观众对“拥有汽车”和“耗费汽车”的想象边界，无节制地输出飞车大场面。

一次又一次，电影里的马达轰鸣的豪车和男性凝视下的妖娆女性同框画面出

现，这构成赤裸的欲望影像，汽车成为荷尔蒙的诱因，也是欲望的对象。这是毫无争议的爽片，用视听的方式满足观众消耗过剩能量的渴望。

有意思的是，唐和朋友们每次行动的内驱力，并非出于高远宏大的目标，而是质朴直接的“救救家人”。至于每次行动成功后的烧烤啤酒聚会，更是字面意义的“为了家人的团聚”。对“家庭”观念的强调，是好莱坞主流电影意料中的陈词滥调，但“速激”系列的趣味是在套路中爆发了领先于行业潮流的“当代性”——当邦德、美国队长和伊桑·亨特们还在理所当然地讲述“白人男性闯天下”的传奇时，“唐的家族团队”早早实践了族裔和性别多样化的多维化。就这一点而言，无论“速激”的未来驰向何方，它的确是无可争议的这个时代电影品牌。

据《文汇报》



《速度与激情6》海报



《速度与激情7》海报