

# 北京台春晚第二次带妆联排 语言类节目百分百原创



李菁(左)、吴镇宇说相声

**本报综合消息** 1月30日,北京电视台猴年春晚第二次带妆联排,这次语言类节目集中亮相,苗阜、王声、曹云金、刘云天、方清平、何云伟、王玥波、应宁、白凯南、孙涛、邵峰等带来精彩表演。据春晚组介绍,语言类节目达到了百分百的原创。

主持人悦悦和高晓攀合作了一个小品《倒叙爱情》,上演了一出爆笑又充满甜蜜的“青春爱情”。为了这个小品,悦悦和高晓攀特意拍摄了一组校园风格的“情侣大片”。王洁实跟何云伟、王玥波、应宁合作表演相声《告猴儿》,以全新角度解读西游故事。节目中,方清平继续带来“冷面”风格脱口秀《我的理想》,内容可引发无数北京人的情感共鸣。白凯南这次的表演是一个升级版的“脱口秀”,既有变装又有歌舞,甚至TFBOYS的《左手右手》也被他进行了全新演绎。

据了解,北京电视台春晚将于大年初一(2月8日)19:35在北京卫视、北京电视台文艺频道和青年频道同步播出。(赵楠楠)

## 传统元素结合时尚热点 《天天有喜之人间有爱》打造减压神器

**本报综合消息** 由拉风传媒出品的《天天有喜之人间有爱》自在湖南卫视开播以来,凭借幽默搞笑的情节和轻快的故事节奏,以及众位主演不顾形象的卖力演出,收获了一票忠实粉丝,其中不乏在寒假作业中奋战的学生党和每日工作神经紧绷的上班族。该剧将丰富的中国传统文化以及时尚的流行元素相结合,创新式传承获得了观众的关注。

**古风古色再现传统古典元素**

古风古色的传统古典元素是中国人一直以来所推崇和喜爱的,它题材广泛、内涵丰富、形式多样、流传久远,尤其在影视剧中,这些传统元素散发着独特的光辉,如中国结、秦砖汉瓦、文房四宝、剪纸、风筝、金元宝、如意、八卦等。《天天有喜之人间有爱》同样保留着这些符号,同时引入二郎神、雷公、王母娘娘等多位神话人物,以及刘海戏金蟾的神话故事,让备受中国人喜爱的各式传统元素一并展现在荧屏上。片方表示“当把这些元素融入剧中之后,他们便是一个整体,虽然每一个元素的存在感会弱化掉,但在组合起来之后,便是一种文化的熏陶”。

近年来,随着观众观赏电视剧的口味越发挑剔,影视剧产业的竞争越发激烈。衡量一部电视剧成功与否的标准,不再局限于吸引了多少观众,反而更加关注于“吸睛点”背后的文化内涵。《天天有喜之人间有爱》却将无形的非物质文化遗产吸收到台词和剧情中,潜移默化地让观众感受到搞笑之外的中国传统文化。

**时尚热点灵活运用致敬无厘头**

《天天有喜之人间有爱》在播出之时,曾因古装剧情融入过多现代桥段而引起过不小争议。有观众认为,该剧想象力过于超前,不仅有中国的神话人物,连西方“白雪公主”都乱入进来,甚至还出现了21世纪才有的“惊声尖叫”电影面具,如此恶搞让该剧埋下了不少雷点。然而,也有观众看到这种组合方式所产生的奇妙化学反应,认为该剧是在制造“无厘头搞笑”,并评论“一旦点开第一集,就再也停不下来”。

网络上流传着这样一句评论,“《天天有喜之人间有爱》确实是一部‘神剧’,最神的地方是该剧的想象力了”。在这部古装玄幻偶像剧中,观众能看到九妹与四喜用“老实疼”来玩真心

话游戏,狐族公主梦举办的“狐狸精大赛”,九妹为了嫁入刘家而参加的“好媳妇训练班”,以及各式各样想不到的“穿越”剧情。这些让这个与现代社会相差几千年的故事,与社会热点相连,充满时尚气息与亲切感。甚至有的道具拼贴不得不让人联想到周星驰的无厘头式搞笑。

**学生党上班族收获减压神器**

《天天有喜之人间有爱》凭借着既有槽点又有爱的效果,成为了学生党与上班族的“减压神器”。在当代高压社会,学生党苦于应付考试和作业,上班族终日埋头工作,而在寒假之时,临近春节之际,《天天有喜之人间有爱》的播出,让努力工作学习一年的观众在年底体验了一把身心放松活动。(超凡)



资料图:陈浩民

## 艺术市场靠什么成长

2015年全年数据盘点结果,中国艺术市场也罢,国际艺术市场也罢,均呈缩水状。先看中国拍卖业协会的蓝皮书,2015年中国艺术市场的上拍量下降13.96%,成交量下降13.40%,成交额下降15.38%;再看佳士得的年度报告,2015年业绩总额为48亿英镑,与2014年同期相比下降5%。

此时此刻,让乐观派来展望2016年的艺术市场实在是勉为其难。他们祭出的高香,居然是艺术金融与艺术电商——有人提出,这两个领域可以作为艺术市场的两个翅膀。

媒体朋友应该记得这都是老话题了。就拿艺术金融来说,之前就已经“热”过两轮,“艺术基金热”和“文交所热”,如今则是借近年来风行的互联网金融说事。然而,金融环境短短几年里已经发生了变化,在这样的背景下要再现大规模的艺术金融热潮,尤其是让银行推出艺术金融新产品,几无可能。至于艺术电商,涉及艺术市场的还是以网上竞价、微信拍卖等为主,只是实体拍卖的补充和延伸,看不到新的商业模式与业态的突破。

更值得注意的是,迄今为止艺术市场的主流还是艺术品的收藏市场。因其内部各板块的价格洗牌以及外部经济大环境的压力,2016年也难有起色,艺术金融与艺术电商在这里一时还难有用武之地。新的机会

也许有待于一种全新的消费市场的崛起。

这是近20年来中国快速发展造就的新兴的中产阶级,他们所带来的新的消费需求。去年秋天上海就围绕达·芬奇、达利、雷诺阿乃至张大千等海内外大师的到达两位数的“特展”,其冲劲令人刮目相看。

这是一个目标人群与收藏市场截然不同的市场,所流通的艺术品或者艺术衍生品具有消费性与价位低这两个基本特征,正是艺术金融与艺术电商可以大显身手的领域。而这个市场与收藏市场血脉相连、声气相通,收藏市场上那些明星级的高端藏品,恰恰会因其传奇性而成为消费市场的热点。也许这两个层面的互动会是2016年的真正看点,而艺术金融与艺术电商恰恰可以在这种互动中长袖善舞。(乐乐)



娱评

## 《旋风孝子》黄晓明自曝童年吃香

**本报综合消息** 在1月30日晚湖南卫视《旋风孝子》的节目中,黄晓明的儿时全家福首度曝光,黄晓明更自证儿时受欢迎,“当时好多街坊邻居都想招我当女婿。”

当晚的节目中,最为引人关注的是一张黄晓明童年时和父母的全家福,儿时的黄晓明没有如今“教主”的霸气侧漏。对于自己小时候的受欢迎程度,黄晓明骄傲地表示,“当时好多街坊邻居都想招我当女婿。”

在《旋风孝子》中,最让观众感兴趣的是黄晓明家里一个一闪而过的情影,而黄晓明更眼眶泛红,称她为自己“最想见的人”,而此人在《旋风孝子》首期节目中竟然全程被打上了马赛克,引来多方猜测。据了解,该神秘女子是黄晓明的邻居,两人青梅竹马长大,相交甚笃。在后



黄晓明

面的节目中,黄晓明到底能否坦然面对这份青春期的美好回忆,引来观众的好奇。(许青红)

## 春节送礼新风尚 大骨面热销河南市场

春节期间的走亲访友、拜年送礼历来是重头戏。河南2016年春节年货市场,寓意大富大贵的大骨面深受广大消费者欢迎。

近期,随着《名嘴K歌秀》的圆满落幕和河南神曲《过年送点啥》的火爆网络,大骨面已经全线抢占春节营销的先机。尽管猴年春节期间的寒气逼人,但丝毫没有影响消费者的购物热情。

“俺们河南人就是喜欢面食,年前置办年货少不了大骨面,大骨面不仅包装喜庆,寓意大富

大贵,而且还有真材实料的骨汤包,好吃有营养。春节送礼掂上一箱大骨面,有里又有面儿。”在郑州一家大型超市,一位正在采购大骨面的消费者说。

随着大骨面品牌深入人心,大骨面未来快速增长可期。而大骨面在春节期间的热销不难看出,大骨面在用大眼界和大气魄,为河南亿万消费者营造一个大喜大红的中国年。(赵静)