

# 《非诚勿扰》 冯氏十年中的最大烂片

文 / 吕琳

冯小刚“铁打的葛优，流水的女主角”招牌贺岁剧已然成为中国电影票房的最坚强堡垒，巍然耸立于十年来的每一个因之而温暖的冬天。千呼万唤始出来的《非诚勿扰》，上映一周票房破亿。想着怎么着也得是部好片吧。于是铆足劲想在影院大笑一场的，没想到出来后心里却十分不是滋味。笑，当然是没笑过瘾的，因为片子后来走了文艺路线，甚至来点小悲情；当然，感动也是没有的，说白了就是一个和谐解决了“小三”问题的故事；被忽悠，多少是有点的，这冗长的大型广告片加风光片啊。不是贺岁嘛，你至少让人有点辞旧迎新感啊，大哭大笑都行，最怕这不温不火地给人灌麻药，让你什么感觉都没有。冯导事前说了，看《非诚勿扰》，“想不笑，打麻药。”怎么感觉麻药是冯导给下的呢。

## 为什么说《非诚勿扰》是部烂片？

### 剧情很白很无力

没有文学原著支撑的冯导这次亲自操刀编的故事确实乏力。从初衷上说，冯导大概是想从《诗经》里那句“逆流而上，道阻且长，所谓伊人，在水一方”里化出一个追女仔的爱情故事。简单点说就是一个都市“剩男”如何得到一个靓女的心。但葛优并不是一个爱情片的合适人选。他一出场，观众总是先搁个等着发笑的心理准备。于是他玩笑也好认真也好大家都只有发笑这一个反映。

葛优这位自称“岁数已经不小了，日子小康，抽烟不喝酒，留学生身份出去的，在国外生活过十几年，没正经上过学，蹉跎中练就的一身生存技能，现在学无所成海外归来，说实话应该定性为一只没有公司、没有股票、没有学位的三无伪海归”，卖了个专利，登了条征婚广告，开始了自己的爱情旅途。途中遇变态女无数，包括做了三年“小三”苦痛喝酒自残的美女舒淇，最后两人惺惺相惜最终走向未来。

故事核心实在是小气，只是个爱情小品，方寸舞台就可以完整呈现，再加上故事推进基本靠对白来展现，并没有什么大场面，所以整部影片看下来，给人感觉它就是一个生硬的拼贴，缺少一种动力，一味的量变没有质变，没有一种情感累积，以至于到最后舒淇跳海自杀未遂，也没有对大家造成多大的情感冲击。

冯小刚是想营造文艺伤感气息的，他甚至把人都带到日剧里最适合发生悲剧的北海道去了。他还让一个配角哭得泣不成声，这是在北海道接待葛优舒淇的葛优的老朋友郭桑，他在葛优舒淇走后，独自开车唱歌，开着唱着就痛哭起来。大多数人都觉得莫名其妙，有人说这是表现孤单，但电影对两老友的过往毫无交待，突兀的孤独感也太莫名了。很好笑的是，影院里，看着边哭边开车的郭桑，有人担心“会不会出车祸”，随即有人小声反驳：“人家赞助了汽车怎么可能出事！”

影片最后在凉风徐徐的北海道海边，舒淇将头枕靠在葛优的肩膀上，眼中依稀闪烁着泪光，之后的深夜，她就跳海了。其实要营造悲凉气氛，到纵身一跳的场景就可以给影片画句号了，全片的调子也就吻合了。但冯小刚绞尽脑汁让北海道的渔民把舒淇给救了。最后抱得美人归的葛优重遇范伟，两人一同用“分歧终端机”眺望未来——全线飘红的股市。

这一为了搞笑和贺岁而刻意到极点的大团圆结

局，一下子让我们惊醒，这原来是一部冯小刚的贺岁片。是不是在贺岁的名义下，一切都是可以被理解被原谅？

### 植入式广告实在过分

记得“三鹿”事件那会儿，网上流传过一个笑话，是说“蒙牛”和“伊利”一起讨伐“三鹿”：“我们是往牛奶里掺三聚氰胺，而你三鹿是往三聚氰胺里掺奶粉！”这有点贴切于看完《非诚勿扰》的感受了：不是往电影里放广告，而是往广告片里放电影啊。

虽说“植入式广告”咱们也都差不多习惯了，但还是希望这两千多万的前期广告植入，是能够在表现时再有些技术含量的。看看《非诚勿扰》里近二十处的植入式广告，《007》系列见了恐怕都要甘拜下风：中国移动通信、海南航空、清华同方、茉莉餐厅、招商银行、巴黎贝甜咖啡、剑南春、摩托罗拉、杭州西溪湿地、斯巴鲁汽车、北海道旅游局、中信证券、歌诗达邮轮、温莎威士忌……

最极致的是剑南春，葛优舒淇两人面对面坐着喝酒聊天，当镜头对着舒淇时，“剑南春”的酒瓶正面朝着镜头，而当镜头对着葛优时，这“剑南春”又自己180度转身，美美地面对镜头了。

还有位大赢家就是在国内知名度还不是很高的日本斯巴鲁汽车。冯小刚无比出色的叙事能力使得这部原本20分钟就能讲完的故事足足扯了两个半小时，当然也给了许多充裕的广告时间。电影的下半部分移步换景到了北海道，这里简直成了斯巴鲁的独家秀场，好像剧情在配合它秀来展开。其中一段3分50秒的由远及近的斯巴鲁驶过山坡，最后展示车内细节的镜头实在让人吐血。说句别的，这个山坡很有名，是黑泽明当年拍《梦》的一个著名地点。能在这有名的地点长时间在电影中展示一件商品，斯巴鲁很牛，冯小刚更牛。更有过分处，在葛优和老朋友郭桑一起缅怀过去伤感之时，极不合时宜的斯巴鲁大LOGO显示在悲伤的剧情气氛里，电影院里的观众看到这个大LOGO，都异口同声地大呼：斯巴鲁。于是，一片笑声。你说这还能悲伤得起来嘛？不带这样强买强卖的。

发现舒淇喝的矿泉水是光着身子的，标签啥的都没有，倒很是惊讶。其实在这强大的广告元素的攻势下，我们不介意看到农夫山泉或者是娃哈哈的。

### 没有诚意的“创意们”

《非诚勿扰》的最大创意应该就是片头葛优用来发家的“分歧终端机”和形形色色的相亲对象。但事实上，这两样东西还都不是原创。

“分歧终端机”，葛优在戏里管它叫“凡事皆可解决”。此物由两片带把手的ABS塑料组成一个圆筒。使用时，有分歧的两人分别将手伸进塑料筒，在筒中出“石头剪刀布”，然后一齐喊“一二三”，分别用另外一只手把塑料圆筒上的小把手拉开，这样两人都不能临时变招了。有了它什么分歧都能解决。

这是出现在2005年的电影《青春梦工厂》里的发明，是导演彭浩翔的创意产物。《青春梦工厂》里主角拿它骗投资失败，葛优拿它骗钱忽悠范伟，当然是成功的。影片结尾字幕处，冯小刚打出了“感谢彭浩翔及其发明的分歧终端机”。如果没有致敬的意思，简单的照搬照抄，的确的确是让人有些倒胃口的，更重要的是，这多少会让人觉得，冯导演是在偷懒，糊弄人啊。

影片中的几个搞笑的段子，都出现在葛优相亲的时候。冯导拿无关痛痒的社会现象和人性生态打趣开涮，这些段子都散布于征婚的众多奇遇中。有人征婚是为了推销墓地；有人钻研股票，男人也分垃圾股绩优股；有人性冷淡，做爱的频率理想中是一年一次；有人记忆力怪异，一天一个新世界……除了冯远征扮演的那位坚信同性爱情的男人和为肚里的孩子找一个爸爸的徐若瑄还依稀保有冯氏幽默的气质外，其他的都挺凑数的。其实这些段子也都是借鉴编剧陈国富名作《征婚启事》里的，拿来就敲上了冯氏风格的大红章。正所谓戏不够，笑料凑。这些段子好像都是为了搞笑而制造的，虽说是挺搞笑，但大多在你的意料之内，也就没什么意思了。

当然料不够，还可以用风景来凑。片子从北京到海南再到杭州，最后抵达日本北海道，汽车飞机游轮的，恐怕内地没有一个片子能有这外景能力。冯导大概想借用南北风景制造出一种浪漫的氛围，给剧中人物一个“谈恋爱”的环境。但也许是环境实在太好，电影后半部北海道蓝天白云大海向日葵田，不知道有多少人光盘算着啥时候能去玩趟而忘了男女主角在干嘛。当然如果大家都真的付诸行动了，北海道旅游局这广告算是投对了。

