

无奈荧屏现状 激情已经燃尽

孙海英  
退出影视圈

正在上海拍摄的《霓虹灯下的哨兵》有望一个月内完工。导演已经发出豪言,将拍出一部既保留红色经典的精华,同时又刺激、鲜活的新《霓虹灯下的哨兵》。前天剧组组织媒体探班,主演孙海英当场宣布,演完该剧后将退出影视圈。

在剧中扮演鲁大成的孙海英表示,自己愿意把这部《霓虹灯下的哨兵》看成是《激情燃烧的岁月》的前传。他说,从团长石光荣到连长鲁大成自己都演过了,演艺生涯也就圆满了,“现在不想干这行了,最想的是去孤儿院等地方帮助那些最需要帮助的人”。他透露,现在自己和妻子经常去孤儿院帮助残疾儿童,这让他想起自己的儿子。他的儿子不到1岁就摔坏了脑子,脑瘫在床13年,终因脑外伤后遗症夭折。

为何想退出影视圈?孙海英表示这个想法由来已久。因为他对现在很多文艺作品盲目

向市场低头非常不满,“现在中国的电视荧屏问题很大,到处都是‘妖魔鬼怪’,至少占了50%,或者就是谈情说爱。”孙海英对此痛心疾首,“我心里很难过,所谓的市场运作、商业需求控制了一切。当今荧屏越来越混乱,没有方向,我觉得再在这一行做已经毫无意义,希望能够及早抽身而退,去做社会公益事业。”他认为好莱坞的很多电影同样弘扬的是主流的价值观,这个社会需要更多的弘扬正义、善良、奋斗等这些主流价值观的作品。

孙海英表示,《霓》剧就是一部传达主流价值观的戏,他想通过这部剧向年轻人传达一种精神,让他们看到那个年代的人是如何面对困难而无所畏惧的。导演李辉透露,这个剧本酝酿了四五年,历经数次改动,不过他强调,这种改编不是把红色经典剧的精神给改掉,更不会“戏说”。

骏俊澎

## 屡屡碰壁 孙海英心凉

## 《激情燃烧的岁月》贱卖

电视连续剧《激情燃烧的岁月》播出后赢得观众交口称赞,收视率颇为可观。可制片人张纪中却声称剧组至今没拿到一分钱报酬。据投资方代表马健安介绍,《激情燃烧的岁月》自筹拍起,就计划在央视播出,但央视审看中对剧中某些内容提出了修改意见,可能要伤筋动骨;再就是价格问题没有最后谈妥。《激情燃烧的岁月》的剧情内容决定了它不是一部便于炒作的戏,不会一开播就有人叫好,因此不可能一下子就红火,这对电视拉广告极为不利。张纪中同时表示,主要是因为投资方太过性急,听到有人提意见要修改,就怕卖不出去,急于收回成本,只好贱卖。

## 主演《向日葵》国内遇冷

一部在西班牙圣塞巴斯蒂安国际电影节获得两个银贝壳奖的优秀国产电影《向日葵》,在北京新影联院线却仅有五个拷贝。虽然片中有孙海英和陈冲这两位名演员压阵,《向日葵》仍然缺乏叫座力。

北京新影联宣传策划经理高军点出了《向日葵》发行的死穴:“《向日葵》这种电影不应该用这种方法,它属于慢热型电影,适合前期先在一家

影院做点映,至少先预热两周后,以点带面放出口碑,然后再铺开,这样单拷贝的产出值就比较高。现在片方采用的是先铺开,又没有先期预热,说上就上了。”

## 孙海英夫妇新作艰难叫卖

孙海英、吕丽萍两人合作拍完的《谁为梦想买单》,被一些主流电视台以“戏不花哨”拒之门外。6年前《激情燃烧的岁月》艰难的发行过程再度重演。

孙海英、吕丽萍在接受采访时,对一些电视台的选片标准及程序提出了质疑。吕丽萍说:“现在一部电视剧是否能播出,其间的利益驱动太多了。现在一些制片人,审片时上来就问,戏里有没有女的?有没有男男女女的事?”眼下这部新片开始了其艰难的发行过程,吕丽萍表示,“片子是越播越火的,如果亏了,我们自己为梦想买单。虽然这类戏在市场上没有噱头,但我们依然要将这种戏做下去。”

东方早报



张看

## 不玩了

这边李保田撂下话说:大不了从此退出荧屏。那边孙海英又宣布将主动退出影视圈——两个人气很旺的资深大腕,出于不同的原因,不约而同地言退。虽然说,荧屏少了他们照样转,但是就此引出的话题,却无疑值得业内外人士深思。

论李保田和孙海英的戏,有一个显著的共同点,那就是充满激情,虽然其负面效果是话剧味浓;论他们的做人风格,刚巧也很相似,那就是低调、耿直,一心专注于表演艺术,不闹花边新闻,虽然其负面效果是不符合市场规律和娱乐化大潮。李保田的官司和“戏霸”风波,起因是他捅出了常见的电视剧注水现象;孙海英则痛心疾首于荧屏充斥着“妖魔鬼怪”、谈情说爱,不满于所谓的市场运作、商业需求

控制一切——他们以退出或甘愿退出的方式,揭开了电视界的疮疤。李保田事件虽然目前双方各执一辞,针锋相对,但是至少有一点我看得分明:相干和不相干的影视公司,对李保田大肆围剿,整黑材料,扣大帽子,恰恰是因为它们的共同利益被触痛了。而“戏霸”的控诉,既回避、转移了官司涉及的事实和矛头,也无法构成反诉的罪名。

退出,从表面看是消极之举,而且个人也会付出名利上的代价。但是在无力改变现状的前提下,自身最低限度地做到不妥协,别人玩别人的,我不想玩,或者说,我就赌这一口气,了不起就不玩了,你怎么着吧。这,仍然是一种消极中的积极。

张看

## 周杰伦师弟南京摆谱

昨天下午,应江苏综艺频道《非常六十分》栏目之邀来宁做宣传的台湾人气组合“南拳妈妈”玩消失,原定下午两点举行的记者会推迟了一个多小时,他们始终没有露面。“南拳妈妈”不仅忽悠记者,还忽悠了节目组。



南拳妈妈

## 忽悠记者,面不改色

此次是“南拳妈妈”第一次来到南京,顶着小天王周杰伦师弟的名号,引得众多媒体记者早早来到现场等待。记者会原定下午两点开始,可半小时后,“南拳妈妈”还未出现。一位工作人员解释:“他们外拍耽误了,很快到。”又等了半个小时,“南拳妈妈”依然没影子。记者再次提出质疑,新索唱片的企宣解释说:“由于误了航班,我们今天上午才赶到南京,下飞机后赶紧化妆,拍外景,现在任务刚刚完成,正赶过来,20分钟就到。”

接近3点半,“南拳妈妈”终于到了,四人绝口不提迟到一事,只是大聊师兄周杰伦,说师兄如何为他们取名、如何关照他们,一脸得意。

## 忽悠节目组,大搞特殊

事后记者采访了节目制片人王舒,她大倒苦水,称“南拳妈妈”不仅误了记者会,还给节目组制造了大麻烦。“他们应该昨晚到,订的是20:40的飞机,后来晚点

要凌晨3点,经纪人答应再晚也等,可‘南拳妈妈’四人不理经纪人自行离开机场,于是只能今天乘早班机过来。我们没大计较,协调之后把原定上午9点的外拍时间推迟到了11点半。可9点多就到了南京的四人却赖在酒店不出来,我们催了无数次,他们就一直骗我们,一会说五分钟,一会说下了电梯。到了下午1:30,也只有两个人去了外拍点。”

正因为外拍的推迟,才导致了记者会的延误。王舒表示,“南拳妈妈”如此不配合节目组的安排,已经是违约,他们会扣下部分劳务费。王舒感慨:“《非常六十分》来了许多大明星,这么不配合,这么耍大牌的还是头一回。张娜拉、钟丽缇、张震岳等很多明星都坐经济舱来上我们节目,只有‘南拳妈妈’指名要坐头等舱。住宿安排上,他们四人共预订了四个套房和五个标准间,名气没有周杰伦大,排场却不比小天王小。”

实习生 周忱  
快报记者 孙伊

## 索尼喊冤:我受骗了

《娱乐现场》当家花旦索尼因出演侵权广告惹怒东家,将被全面封杀的消息炒得沸沸扬扬。记者昨日联系到索尼,索尼怒揭广告拍摄内幕,大声喊冤。

作为光线当家花旦,索尼与翟颖、何静等人代言某减肥产品的广告《美体现场》正在全国多家卫视热播,给索尼带来不少麻烦。索尼表示,从接拍该广告签订的合约与播出效果看来,自己完全是受了骗。

“签合同之前,我看过一个文本,写了台词什么的,就以一个主持人身份,主持一档栏目,让专家、明星来推荐减肥产品使用后的效果。”索尼说她多次追问过究竟以怎样的形式拍摄,对方告诉她就跟平常一样,要时尚、前卫一点的,背景用抠像。但4月份第一次看到播出的广告时,她只能用“震惊”二字来形容。“尤其是背景的使用,看上去几乎与《娱乐现场》一样。当时我就意识到这件事情非常严重,而且对我个人很不好。”

在广告拍摄过程中,制作方曾向她提出可不可以录一段“一样的……一样的……”的宣传口号,但她拒绝。“这些是观众最熟悉的《娱乐现场》的宣传口号,完全



就是模仿,我当场就拒绝了他们。”

索尼表示广告播出之后曾经跟公司高层有过沟通,公司表态能够理解她是在不知道实情的情况下拍了这个广告。索尼称,到目前为止自己仍然是《娱乐现场》以及光线多档节目的主持人。

光线传媒品牌部副总监王长春表示,索尼已经跟光线合作7年,无论专业素质还是公司对其的信任度都十分高,双方合作也非常愉快。虽然其广告代言闹出了侵权风波,但公司绝对不会随便封杀索尼。

不过,对于该减肥广告的创意、风格及形式均剽窃了《娱乐现场》,王长春表示对方已经构成了侵权行为,他们将诉诸法律。综合

“珠宝商大叫好,男人直叫吃不消”  
两头春闰七月一年五个情人节

节日经济一直商家争抢的重头戏,继2月14日情人节后,商家把“三八”节也改头换面打造成了第二个情人节。7月31日,中国本土“情人节”,商家竞相开展各式各样的促销活动,珠宝开始火爆,花市日益紧俏……不少男士开始嘀咕,今年两头春,闰7月,一年五个情人节,荷包实在吃不消!

在宝庆银楼连锁中央店内,不少男士说,妻子平时照顾自己和孩子很辛苦,七夕节,他们将送

件礼物给妻子,表示心意,慰劳一下;就七夕节最想收到什么?近六成的女士表示希望收到一件价格不是很高的首饰,近三成的选择鲜花,逾一成的认为只要是丈夫送的什么都好。消费者普遍认为,鲜花是便宜,但是会凋谢,相反倒是浪费;珠宝首饰既实惠、时尚,又能长久保存,哪怕一副一、两百元的耳钉都要比其他的更能讨妻子的欢心,女人不管多少岁都是爱打扮、爱漂亮的。

宝庆银楼中央店负责人说,7月本来是珠宝生

意比较清淡的时候,但他们七夕节前后的销售额却日渐攀升,从开业以来,推出钻饰新贵品牌unique每天销售都令人很满意,以经营优白、VVS级、高清晰度的上等钻胚钻饰为特色的unique钻饰,从钻石胚石控制质量的源头,这样的高品质的钻石配以市场上消费者熟知的优质切割、镶嵌工艺,unique钻饰必然会“叫好又叫座”。

他们认为,七夕节作为中国本土的“情人节”,本身牛郎织女的故事就寄予了夫妻对忠贞

爱情的追求和祝愿传统,男士为妻子购买礼物是其对妻子与爱情忠诚的一种表现。宝庆银楼为此特地新上柜一批新款。一般职业女性表现得相对独立,所以选择珠宝首饰类的,而家庭主妇一般会选鲜花一类的,无论选择什么样的礼物,只是随着个人的喜好。

南大经济学教授认为,经济水平和人们生活水平的提高,使得人们开始日益注重感情的表达与交流。在西方情人节本是情人过的节日,而在中国却似乎是成了大家一起过的节日,“七夕”节虽说是本土的情人节,实质却是男士向自己妻子表达爱意的节日,不少男士难免要抓住时机大献殷勤一番,七夕节大可与西方情人节相媲美,而宝庆银楼不失时机地大搞促销,自然也就成了节日最大的受益者。