

吴谨言：欣赏演过的职场女性

新剧中出演『砍价师』



自《延禧攻略》一炮而红后，吴谨言近年在表演上有过诸多尝试：《皓镧传》中的“大女主”、《正青春》中的“职场新人”……最近，由林更新、吴谨言、吴奇隆领衔主演的都市浪漫爱情轻喜剧《我的砍价女王》正在热播。这次吴谨言在剧中扮演了“砍价师”夏浅，她和长盛集团总裁盛哲宁(林更新饰)因一场误会邂逅，两人相爱相杀，共同成长，携手解决彼此生活中的困难，最终成为甜蜜爱侣。

近日，吴谨言接受了齐鲁晚报·齐鲁壹点记者的采访，她坦言，相比之前塑造的角色，这次的“夏浅”更加成熟：“在职场上，她有自己的人生，经营砍价工作室。感情上，她也更符合新时代的女性意识。”

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 刘雨涵

“砍价师”其实是“中介”

《我的砍价女王》播出后，吴谨言饰演的“砍价师”夏浅迅速吸引了观众的注意。夏浅凭借过人的交际能力和语言功底，创业成立“砍价”工作室。为了帮客户“砍下”酒店婚礼档期，她与“不打不相识”的长盛酒店老板盛哲宁来回切磋，令其刮目相看。夏浅被盛哲宁聘用后，两人有了频繁的业务往来，逐渐擦出火花，直至心心相惜。

有意思的是，吴谨言在拿到剧本前对“砍价师”这个职业并不了解，认为是一种贴近于生活日常的工作，比如去批发市场、菜市场砍价。读了剧本后，她才发现，砍价师其实可以理解为“中介”，“她帮助甲方和乙方实现商务合作，从中收取服务费。”谈及自己的砍价经历，吴谨言坦言：“小时候在服装批发市场会砍个十几二十块钱，长大之后，面对砍价现场，我会觉得很尴尬，好面子，想买的东西会直接出手。”

虽然《我的砍价女王》是部爱情轻喜剧，但剧中也不乏职场戏份。吴谨言表示，拍完这部戏后的最大感受就是“女孩子一定要有事业”，“后期，盛哲宁破产了，夏浅还能收留他，让他给自己做助理，给他开工资，这样的女孩挺酷。”为了打造职场气质，吴谨言在造型方面也下了功夫：“我定了三次妆，剪了短发，准备了非常多好看的衣服。我相信，很多职场女孩可以借鉴夏浅的服装搭配。”

“理智型恋人”当断则断

剧集开篇，夏浅在婚礼上被未婚夫何之隼(马思超饰)无故抛弃，几年后，两人重逢。经历了短暂的失落，夏浅选择放下过去，向前看。吴谨言十分欣赏夏浅这种成熟的爱情观：“理智型的恋人，会对前任当断则断，不拖泥带水。她希望对方过得好，但自己也会活得更好、更精彩。她很勇敢，即便曾被抛弃，但面对新的感情，依然愿意不顾一切去追求。”

剧中两场爱情戏给吴谨言留下了深刻印象，一场是雨天的车站相守，“夏浅在公交站等车，盛哲宁穿着布偶熊套装走过来，为她撑伞。盛哲宁一直躲在布偶熊里守护着她，而夏浅并不知道布偶熊就是盛哲宁。那个画面让我少女心爆棚。”另一场是搞笑场面，“两个人在夏浅妈妈面前假装情侣撒狗粮，林更新对我撒娇，扮可爱。那是我第一次看到林老师的这一面，我笑爆了，也惊呆了。他演完还当做什么都没发生一样，我觉得这种瞬间可能是他的常态。”

《我的砍价女王》是吴谨言和林更新首次合作。剧中，盛哲宁外表是霸道总裁，内心则呆萌可爱。吴谨言爆料，林更新本人的“反差萌”更大：“林老师的外表当然是没的说，但他内在更加有趣，有梗、接地气。我在现场经常会被他逗到爆笑。”吴谨言也讲述了自己对林更新态度的转变：“第一次见面时，我们不熟悉，我对他饰演的宇文玥(《楚乔传》中角色)有角色滤镜，一上来就拍甜甜的定妆照，还有点小尴尬。后来我们熟悉起来，合作就很顺利了，尤其是林老师的搞笑本领，让我的宇文玥滤镜碎了一地。”

角色被观众记住很幸运

这两年，吴谨言出演过不少职场女性角色：《青春创世纪》中的带货女王“钱希西”、《正青春》中的销售天才“章小鱼”……吴谨言说：“我很欣赏我演过的职场女性，她们性格飒爽、雷厉风行，为人处世有原则。我本人则没这么果断，可能会想得更多一些。”

吴谨言也表示，近期不会再接同类型的职场角色：“确实演得比较多了，如果再演的话，需要更多沉淀，才能塑造出不一样的角色。”

2018年，吴谨言凭借大热剧《延禧攻略》获得了“高起点”，这两年，不少观众也对其抱有“高期待”。吴谨言坦言：“作为演员，有角色被观众记住是很幸运的事，毕竟这么多演员、影视作品和角色，真正能红的并不多。这两年，我肯定有压力，但我一直告诉自己，有压力才会有动力、才会更谨慎，抱着尊重的心去对待演戏这件事情。”

金鸡奖海报设计引发关注

“雄鸡”一鸣惊人

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 刘雨涵

网友主动送其“出道”

今年是中国电影金鸡奖设立的第40年，金鸡奖也在历史上首次将电影节海报的设计工作面向全社会开放征集。最终收到了1600多份海报设计作品，其中有的来自专业设计机构和设计师，有的来自国内八大美院以及海外的麻省理工学院、伦敦大学等院校的学生投稿，还有一小部分来自于电影或者设计爱好者。经过初选，有100幅作品进入到了网络人气投票环节，没想到，最后是一幅卡通动漫风格的插画手绘作品获得了第一名。

这幅名为《雄鸡凝视》的作品，跳脱的画风让它与其他作品看起来截然不同，仿佛是业余选手在陪跑。起初，《雄鸡凝视》的得票率在100幅作品中是远远落后的，而它在网络社交平台上经过传播之后，迅速破圈，激发了网友们的投票热情。短短20分钟的时间，《雄鸡凝视》便逆袭反



超，最终以领先第二名4万票的成绩获得“断层式”第一。

《雄鸡凝视》能够火速圈粉，其本身具有的网感是独一无二的。有网友从它身上看出了“丑萌”，有人从它身上看出了“铁憨”，有人从它身上看出了“孤傲”，还有人看出了毕加索的风格。《雄鸡凝视》瞬间俘获了大量网友的眼缘，大家主动表示要“送它出道”，甚至为其拉票：“你不投我不投，金鸡何时能出头”。

这样的结果让《雄鸡凝视》的创作者MR.Q表示没有想到大家会有这样的热情，也没有想到自己的作品还能够入选第二轮评审。“采用我的方案的专家们，对于艺术和审美的态度是开放的，我觉得这是一件特别好的事，也是一个特别积极的方向，只有不把自己局限起来，才能有更多不同的事物出现。”

作为活动组委会成员，中国电影家协会秘书长闫少非正是

力推这幅海报入围的专家之一。“它有它自己的气度，是一个具有严肃性的作品，同时也让观众感到亲近。”他表示，今年金鸡奖海报设计是面向全社会的一张英雄帖，参与面之大超出了组委会的意料。“几乎覆盖全年龄段，其中年龄最大的69岁，最小的才5岁。从大众的参与度可以看出，大家对电影的关注度和热情很高。”

互动感拉近距离

金鸡奖是中国电影唯一一个国家级的“专家奖”，《雄鸡凝视》出圈爆红，也出现了一些过度娱乐、哗众取宠的争议。不过这次金鸡奖海报设计将采取“专家+大众”的两层评选，虽然《雄鸡凝视》获得了网络投票第一名，最终的海报设计方案还要由来自专家组委会的把关，相信不会和金鸡奖的基调相去太远。

比起中规中矩的设计，《雄鸡凝视》凭借另类出圈，更像为将于两个月后举办的第34届中国电影金鸡奖提前进行了一波网

络宣传，而且宣传效果一鸣惊人。金鸡奖的海报设计，从之前的网友留言发表意见评论，到现在能够网罗全社会设计者参与、由网友为作品投票，在这种高互动感中，金鸡奖拉近了和大众的距离。闫少非说，“通过关注这只‘插画雄鸡’去关注背后的金鸡奖，进而关注金鸡奖背后的中国电影。从这个角度讲，《雄鸡凝视》已经立功了。”

此次金鸡奖海报设计大赛网络人气投票共收获了166万张选票，人们也关注到了其他的优秀设计作品。比如获得第二名的《金鸡啼晓 万象争鸣》，用层峦叠嶂的山水画形式塑造出“金鸡”造型，将电影节主题和国风底蕴进行了有机结合。获得第三名的《巍巍雄鸡 东方破晓》用电影胶片构成“金鸡”羽毛，充满巧思。《电影之光》的设计则充满了现代感，而且融合了金鸡奖40年的寓意。不管《雄鸡凝视》最终能否成为金鸡奖的主视觉海报，主办方已经开始考虑用它来做电影节周边衍生品，比如手办，而且今年金鸡奖的主题海报可能会不止一张。