



海上电影文丛

九十年代 中国电影论

吴小丽 徐姓民 著

文化艺术出版社

Culture and Art Publishing House

九十年代 —— 中国电影论

吴小丽 徐姓民 著

图书在版编目(CIP)数据

九十年代中国电影论/吴小丽, 徐姓民著. —北京:

文化艺术出版社, 2005.3

(海上电影文丛)

ISBN 7-5039-2720-8

I. 九… II. ①吴…②徐… III. 电影事业—研究—

中国—现代 IV. J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 026304 号

九十年代中国电影论

著 者 吴小丽 徐姓民

责任编辑 艾 伦

责任校对 李惠琴

封面设计 彩多设计

版式设计 刘宝华 廖安亚

出版发行 文化艺术出版社

地 址 北京市朝阳区惠新北里甲 1 号 100029

网 址 www.whyscbs.com

电子邮件 whysbooks@263.net

电 话 (010) 64813345 64813346 (总编室)

(010) 64813384 64813385 (发行部)

经 销 新华书店

印 刷 振兴华印刷有限公司

版 次 2005 年 3 月第 1 版

2005 年 3 月第 1 次印刷

开 本 787×1092 毫米 1/16

印 张 22.75

字 数 370 千字

书 号 ISBN 7-5039-2720-8/G·498

定 价 29.80 元

版权所有, 侵权必究。印装错误, 随时调换。

前 言

2004年年底，在我们完成这部书稿的时候，中国影坛上发生了一件具有明证意义和标志意义的事件——以上海电影制片厂为前身的上海电影集团公司，由事业单位整体转制为现代企业。耐人寻味的是，除了中央和地方领导的要求之外，这次转制在上海电影集团公司的职工代表大会上，以超过百分之九十以上的赞成票获得通过。它说明一个共识已经形成：上海电影制片厂以及上海电影集团在五十年的历史中，曾经为中国电影做出卓越贡献，并且成为中国电影的重要基地；但是在市场经济的形势下，国有体制将制约电影的发展，不进行体制的改革将已经没有出路。

20世纪90年代，在中国社会的市场经济转型加速度进行的过程中，电影迅速趋向于市场主导。而这种市场主导的历史合理性就在于，它终于在电影大众传播的本位以至是终极意义上，以民众的选择和“投票”，本质性地揭示了电影的民众主权和民主机制。

与此同时，*中国电影在经历了市场体制所带来的失落、阵痛以后，又恰恰在市场主导的潮起潮涌、中心接替中，形成了一种渐趋合理的结构和布局。电影作为人文产品，其意识形态导向毋庸置疑，然而“主旋律”电影的传播效应，业已成为它们的评判前提。同时在市场多元而自主的需求下，商业性的贺岁片和国产大片、明星电影、艺术电影和文化电影，以及先锋前卫的经验个体写作，各个代层、各种类型

和风格，都在 90 年代中基本铺流到位，并且形成了超过以往任何时候的更为强劲的出演。

上海电影集团公司的改制，带给了人们一个热切的期待，这就是由物质到精神，由存在到意识，由体制到内容——它将以体制和机制的活力，进一步促使上海文化和上海故事在电影中的回归。电影的生产具有很大的特殊性和复杂性，但是在根本上它却是一个创意想象和审美表现的产业。电影的竞争根本上是内容的竞争。而 90 年代的某些实践已经表明，合理的体制与创造才智的有机联系，使相当一批银幕人物和故事在丰富性、深刻性上，取得了前所未有的成就。

在新的历史契机面前，我们有理由对中国电影抱以乐观。虽然在电影产业化的道路上，中国还是一个后开发国家，2003 年它的电影总产值是十亿人民币。这一年美国电影的总产值是六百亿美元，而在美国四百家最富有的公司中，有七十四家是文化产业公司，其中的电影产业举足轻重。日本经过政府和电影人的努力以后，电影票房连续三年达到二十亿，或接近二十亿美元。韩国电影已经在国内和国际上大大拓展了空间，效益超过了国内的许多其他产业。也许中国的情况不能与它们作简单的类比，但是对于希望以电影加强区域乃至世界的文化影响力、人均 GDP 超过一千美元的崛起的中国而言，中国电影的前景正如一些美国公司的调查分析，它不会是十亿，也不会仅仅是一百亿人民币。

当然，我们同时又十分审慎。在 20 世纪 90 年代，中国民众文化消费，包括电影消费的方式，发生了很大的变化，人们进入电影院的几率大幅降低。而许多平庸、乏味的作品，还在不断地复加地败坏着国产电影的声誉。同时，公共话语对于电影，也经常会失去判断的能力或者是失去基本的诚实，因而往往与观众的认知脱节。因此在无法规避的民众主权的本质属性下，中国电影要整体性地挽回人们的信心，以至重新激起人们的关注和兴趣，这至少在心理上仍然是令人感到有些沉重的事情。

对中国电影的未来发展，我们一方面乐观，一方面又不能不审慎的原因又在于：比如，上海电影集团公司完成了市场经济方位的转制，它会因此面临新的挑战 and 竞争，这都是合理和正常的。但是转制后的上海电影集团公司以及中国电影的产业化道路，又会因为“额外”的市场环境和市场秩序问题，而坎坷受挫。也就是说，产业化后的中国

电影，在当然地要自身面对政治风险、艺术风险和市场风险之外，还需要面对目前还相当普遍的盗版、盗映、瞒票等等，无序和失范的市场环境。特别是在中国电影可能赢得本土观众的时刻，它们将在两者的互动和关系发展中，充当积极的破坏者的角色。

中国电影的发展当然还会遭遇相当的困难，甚至会遭遇瓶颈。但是本书所希望揭示的，就是中国电影本身在 20 世纪 90 年代的转型中，所蕴含的再生的资源和力量，并以此而对中国电影表达我们的祝愿和信心。

目录

前言/1

第一章 市场化转型与冯小刚的历史意义

- 一、势所必然的主流转移/1
- 二、冯小刚和他的贺岁片/6
- 三、历史的要求及其言说/20
- 四、限制与突破/32

第二章 十年一觉大片梦

张艺谋：未完成的交响曲/40

- 一、借重小说，成就电影/42
- 二、另类的商业操练/52
- 三、电影的“平常心”/56
- 四、中国大片，舍我其谁/63

陈凯歌：智者的踟躅/75

- 一、意念写作/78
- 二、《霸王别姬》——“为大众拍摄的作家电影”/82
- 三、刻意募求，旨趣径庭/86

何 平：再从“双旗镇”出发/95

- 一、《双旗镇刀客》——荒原中升起的星辰/95
- 二、《炮打双灯》——自相抵牾的文化命题/98
- 三、《天地英雄》——反复厮杀，一地狼藉/104

第三章 城市电影：历史的性格决定命运

- 一、“北伐”起南粤/109
- 二、上海的缺席/113
- 三、“王朔电影”的铺垫/115
- 四、定义在北京/120
- 五、类型与风格/124
- 六、局限与落寞/135
- 七、在守恒与变异之间/140

第四章 90年代主旋律：国家意志 国家行动

- 一、“主旋律”的提出和几个发展阶段/146
- 二、90年代主旋律电影的主要类型/152
- 三、90年代主旋律影片的市场化策略/154
- 四、主旋律影片今后可能的发展/159

第五章 已知和未知的“第六代”

- 一、存在决定的经验主义写作/164
- 二、出走与回归/178
- 三、新主流：愿望与现实/187

第六章 女性创作及其女性意识

- 一、第一阶段：集体亮相与女性书写
(80—90年代初)/198
- 二、第二阶段：女性写作的退潮
(90年代中后期)/204

- 三、第三阶段：新世纪女性意识的
多元呈现（2000— ）/214

第七章 90 年代谢晋电影创作论

- 一、前论：政治的意含与方式/229
- 二、战略性转移及其超越性主题/233
- 三、在历史的愤怒之后，应是沉思/238

第八章 明星制（一）：电影的定点销售

葛 优：本色的可能性/249

- 一、第一本色：谐趣小人物/251
- 二、第二本色：悲情小人物/253
- 三、第三本色：性格类型及其限制/257
- 四、第四本色：谋求突破/260

姜 文：进行时态/263

- 一、性格即角色/264
- 二、莎士比亚的启示/265
- 三、思想者“马大三”/272
- 四、年轻的朋友来相会/276

陈道明：角色演绎的全能冠军/281

- 一、间离站位和理性审视/281
- 二、以“势”取胜/286
- 三、电影表演这道坎/288

第九章 明星制（二）：众里寻她千百度

巩 俐：结构塑造性格/295

- 一、被发掘的性格魅力/295
- 二、难以承受角色之轻/301
- 三、转型的台阶/305

徐 帆：在小女人角色中自得其乐/309

- 一、有平凡中的生动，却没有轰动/310
- 二、不同的“生活化”要求/314

章子怡：一个神话的诞生/318

一、幸运实证者/319

二、“通用性”的天资/321

三、明星多持重/324

赵 薇：成也萧何，败也萧何/326

一、一个明星的怪圈/327

二、另辟蹊径/328

三、期待强势出位/331

第十章 新世纪之“处女作”现象

一、“处女作”现象透视/338

二、“处女作”现象忧思/348

三、“处女作”现象的成因及其意义/351

后 记/354

第一章 市场化转型与冯小刚的历史意义

在经过了改革开放之后的十余年时间，进入 20 世纪 90 年代的中国电影，终于渐趋清晰地形成了秩序的重新定位，以致形成了某种整体性的转型。而其中最为主要的变化，就是电影的市场和商业化走向，开始喧宾夺主，成为电影的主流形态甚至是主流意识。而在此之前的很长的历史时期里，电影的这种本质属性，在中国电影的准行格局中，是基本没有地位的；甚至在极左政治及其意识形态的威严扼阻之下，电影的这种价值立场几乎被剥夺了任何言说和申诉的权利。即使是在不久之前的“新时期”的十余年时间里，初萌的电影市场观念和它们立足的世俗文化观，也始终遭受到电影主流文化以“媚俗末技”、“哗众取宠”等等而给予的简单化的鄙视和排斥。但是，正是从 90 年代开始，事情发生了变化。那么，这种变化又是怎样发生的呢？

一、势所必然的主流转移

在“文革”结束和中国社会进入 20 世纪 70 年代末和 80 年代的“新时期”中，中国电影迅速进入到了一个重整旗鼓、欢腾起舞、众神喧哗的黄金时期。但是，随着社会生活和社会观念的更快变化，这个黄金时期竟是如此地短暂。人们刚才还在为几乎是每一部电影由衷喝彩鼓掌，转眼之间他们已经纷纷离座而去。似乎是突然之间，中国电影已经处在

了一种新的困窘之中。

这里到底发生了什么？

1. 意识形态的游戏规则

在这一历史时期中，拨乱反正和思想解放，赋予过中国电影以活跃的精神面貌和开阔的认识空间。作为当时的政治生态在文化上的一种反映，电影创作在中国影坛上前所未有地出现了一大批批判现实主义的“反思电影”，诸如《神圣的使命》、《枫》、《被爱情遗忘的角落》、《生活的颤音》、《苦恼人的笑》、《泪痕》、《巴山夜雨》、《芙蓉镇》、《天云山传奇》、《牧马人》、《黑炮事件》、《小街》等等。这些影片以影像叙事，将批判和反思直接指向了长期以来极左政治路线及其社会体制对于社会生活的摧折，以及既定社会形态下的思想观念对于人性的戕害。在长期的压抑禁锢之后，这些影片因为引发了人们的痛切感触和认同，强烈地撞击着人们的心弦，因而总是能够引起人们的强烈关注。虽然在今天看来，这些影片在艺术表现、取材深度和思想力度上，都还有嫌不足，但是它们终究以审美的形式和强烈的社会责任意识，为中国电影弥补了一项长期以来的类型空缺，并且对此作出了历史性的贡献。

但是，就在人们意欲为这种电影类型的可观前景继续作出努力的时候，它的势头却戛然而止。因为意识形态的大背景已经确定：极左路线乃至“文革”浩劫只是“路线”和林彪、“四人帮”反党集团的问题，而并非是根本性的体制问题；而当前中国十分迫切的发展经济的历史任务，也就决定了不争论，团结一致向前看，以经济建设为中心的大政方针。“‘89 政治风波”以后，社会的认识更加统一到这点上来。在这个过程中，服从于政治和社会要求的电影创作，也就自觉地意识到反思和启蒙的任务已经基本完成，电影的思想主题需要适应时代的新要求，自己的创作也需要转换到新的方向上去了。

除此之外，在新时期中，另外两种重要的电影类型，以流行称谓，即为“现实题材”和“改革题材”。前者如《沙鸥》、《邻居》、《逆光》、《都市里的村庄》、《见习律师》、《雅玛哈鱼档》、《鸳鸯楼》、《喜迎门》等等；后者如《乔厂长上任记》、《祸起萧墙》、《赤橙黄绿青蓝紫》、《血，总是热的》、《野山》、《T 省的 84、85》等等。它们也曾经受到过观众的热烈欢迎，而现在它们的后续发展又将会如何呢？

当然，这样两种题材与意识形态的要求本身没有太多的抵触，反而有着较多的吻合余地，因此也更符合时宜。它们作为一种具体类型及其

对应的社会需要,在中国电影的多元发展态势中,完全可能在艺术表现和类型风格上自成一格,并且应该会继续存在和得到发展。但是,由于文艺政策的要求以及主观认识的局限,“现实题材”和“改革题材”的现实叙事和现实针对性,就不能不受到某种约束和规范,从而使它们在取材叙事上容易流于平面、浅尝辄止、平淡无奇、司空见惯、无关痛痒、温文尔雅。如果说这种模式在社会和电影同步复苏的年代,曾经拥有过大量的观众并且还将继续拥有它们的部分观众的话,那么随着社会的开放、经济社会对于电影娱乐功能的要求,以及电影本体意识的强劲崛起,它们终究因为无法给予观众以冲击力的认知,或者是娱乐快感,而开始令观众敬而远之。因此在中国电影业的重新分流组合中,既定模式的“现实题材”和“改革题材”,显然无法占据主导的位置,甚至一定程度地在市场的角逐和观众的视野中,它们还失去了原有的部分份额。

2. 市场化的合法性依据

在80年代中,促使中国电影发生变化的另一个重要原因,是电影艺术的独立性和本体意识在相对宽松的政治环境中得到了确认;而反过来,它们又对电影的生态产生了深刻的影响。

当“单纯艺术观点”成为可能的时候,从80年代起,相当数量的电影就已经放下了意识形态关注,它们与当时一场重要的关于电影语言的讨论形成互动,开始转向超越政治的人性关怀和相对“纯粹”的艺术表现。在这种创作态势下,《乡音》、《乡情》、《良家妇女》、《湘女潇潇》、《老井》等等影片相继问世。与此同时,“文革”之后的第一批电影新人开始登上影坛。耐人寻味的是,他们的视角大幅度地跨越了他们亲身经历的“文革”,并以更为纵深的历史向度,瞩目于文化寻根及其人文精神,以及致力于电影表现的美学意义。于是在由《黄土地》、《孩子王》、《猎场扎撒》、《红高粱》的开端和成功以后,这种“文化电影”遂由一种创作的热潮而汇聚成一个相当强势的类型,甚至一直有力地延续以至融入到了整个90年代的电影创作中。由于这些电影在一种新的时空中绵延了“反思”的余绪,并且提供了一种崭新的电影表现和电影观念,因此它们在中国电影的这一轮重新选择和重新组合中,脱颖而出,令人刮目相看。

然而,以这样强劲的势头所造就的电影分流和换位的态势,是否显示了某种终结性的趋势了呢?遗憾的是,它们没有。

因为在电影的艺术规律中,实际上还有着更为深层的本体要求。而

作为电影本体的核心价值之一，就是以其直观形态以及集体观赏、大众传播的方式，电影需要给予观众以能够直接体验而又未曾体验的生活境遇——此其正所谓是“源于生活又高于生活”——电影的直观形态对于观众来说，最能够营造一种情景认同和角色代偿的心理机制；同时电影本身的动感机能或者说是它的美学本质，其实又与观众的接受愿望，达成了一种潜在默契；而这种默契的聚合点，就是希望比如在外观上营造非同寻常、出人意料的故事、事件、情节，包括以特殊的场景、动作，营造非常规的“耸动听闻”的视觉效果，同时以强烈的情感冲突、命运失控等等，制造悬念、紧张、刺激、震撼、跌宕起伏、大悲大喜、张弛得宜的心理效应，从而让人们在一种恍如真实的情境之中，以心理感情的调适和释放来获得一种特殊的快感。显然，正是电影的这种本体要求和观众接受的集体支持在隐性状态下所建立的结盟和契约，构成了电影娱乐化功能的合法性基础，也构成了电影最主要的商业机能和电影市场的主要杠杆。当然，电影的这种娱乐和商业机能几乎是对所有的电影类型，都是敞开着大门的，因为它们所要求的仅仅只是故事的具体构成和具体的叙事方式。因此任何题材都有可能由此而赢得市场和观众，其中自然也包含着“反思题材”、“现实题材”、“改革题材”和“文化电影”等等。

3. 经济社会的文化形态

改革开放一声号响，给我们送来了市场经济。随着以经济为中心的历史命题和快速的全球化、市场化进程，社会经济基础终于第一次地，也是根本性和真正持久性地影响乃至决定了中国电影的生存与发展。

市场和商品经济因为直接对应了人们本质天然的物质诉求，因而得到了全社会的由衷响应和趋从，也很快成为了携裹整个社会生活和社会思潮的主流形态。而在这种社会形态下，大量的特别是进入市场流通的文化产品，比如电影，就不以人的意志为转移地被规定或者是被释放了它们的商品属性和经济要求。这首先是从体制的变革上得到了反映，中国电影的计划经济的脐带正是在这一时期被基本割断。其次，它也决定了人们认识上的变革，在一个市场经济的社会中，电影和大多数文化产品对于强大而坚实的经济基础而言，在相当程度上只能是历史性地处于被动和从属的位置。当然，某些文化产品终究具有自己的独立品格和社会责任，而初始阶段的市场经济对于社会形态，包括对于文化构成的影响，也会有失于矫枉过正，以文化为载体的人文精神也亟须在社会结构

中获得更为合理的配置。但是这些都将作为社会转型中的后续调整和完善的问題了。

而另一方面，文化特别是大众文化有如电影的市商化趋势，其历史的合理性又在于，它们开始真正地形成了“民本”意识，而同时也就赋予了民众以“主权者”的地位。于是在电影全方位地转向市场以后，人们很快就看清了电影赖以生存发展的市场机制，最终就是维系于大众的话语权和他们的“投票权”。而以市场经济和商品经济下的大众接受而论，一种消费方式以及娱乐功能的文化形态，正是他们的需求主体。也因此，娱乐功能的文化形态，就总是构成了经济社会中最为主要的文化配置。以这样的经济社会背景与需求来评估那些在内容和形式上陷于既定模式的“反思题材”、“现实题材”、“改革题材”、“文化电影”等等，虽然它们仍然能够给人以某种启示、感动和审美的意趣，但是，对于人们更为集体和强势要求的，比如，认知冲击、视觉快感、身心娱悦等等来说，它们显然已经无法形成需求对位。

正是在社会的快速转型和文化态势的变化中，一种娱乐功能和大众情缘的商业电影及其意识，终于呼之欲出。

其实相当数量的一些注重娱乐性的电影，已经在 80 年代相继问世，比如，《神秘的大佛》、《峨眉飞盗》、《少林寺》、《武当》、《神鞭》、《庐山恋》、《喋血黑谷》、《疯狂的代价》等等，它们当中的一些作品起点不低，表现不俗，当然也有一些相当粗陋拙劣的作品，受到了比较严厉的批评。但是，正如王云缦先生所说的：“我们切不可重犯当年那种对《神秘的大佛》、《庐山恋》等娱乐片的粗暴态度。”^①也就是说，在对一些娱乐影片提出具体批评的同时，我们已经不能够再忽略和漠视由这种初始的实践所预示的商业电影和市场意识的新潮流了。在这里特别需要辩正的一个观念逻辑，就是因为娱乐和商业电影较多地诉诸于形体动作和视觉感官，就在下意识中，将它们归入了先天的粗鄙肤浅，以至难登大雅之堂；接着就将电影的娱乐商业概念和它艺术审美的概念对立起来。其实在任何类型和风格的电影中，都会存在粗陋拙劣的作品；也许娱乐和商业电影是一个更容易使人犯错的陷阱。但是，正由于电影的特性，使得它的娱乐功能和商业元素所对应的，恰恰是电影艺术的某种本质。在发掘视觉影像语言的独特魅力，并且以此对人物故事、情感、命运进行“电影的”

^① 王云缦：《娱乐片五题》，《电影艺术》1989 年第 4 期。

叙事的时候，它验证的正是对于电影艺术的才华和创造力。因此，真正成功的娱乐和商业的电影操作，总是造就导演获得成功的阶梯，甚至比某些商业大片，就是造就大导演或者只有导演艺术家才能够驾驭的创作契机。

当娱乐和商业电影的历史条件在进入 90 年代以后越趋成熟的时候，一位弄潮的人物也就应运而生了。

二、冯小刚和他的贺岁片

我们为什么要特别地说到冯小刚呢？因为以这个命名为标志的电影现象，集中代表了 20 世纪 90 年代以后中国电影市场化和商业化的价值取向。也许正因为冯小刚是一个半路出家、没有多少正规电影履历和渊源的电影新人，传统观念的框范羁绊相对较少，这才使他脱颖而出，成为一种电影新景观的实践者和摇旗呐喊者，然而历史常常也就是在这样的环节上被创造的。

潜在的历史性依据，赋予了冯小刚鲜明的创作风格和鲜明的理论立场。在一场随之而来的势力争夺和观念论战中，冯小刚的票房业绩构成了最为有力的话语依据。从 90 年代开始，中国电影的滑坡全面呈现；在一片迷茫焦灼中，冯小刚的“贺岁片”相当程度地挽留了人们对于国产影片的信心。而除了某种“救市”的作用之外，它们所具有的历史意义还在于，贺岁片在娱乐、商业和市场化问题上，第一次显示了一种自觉的和完整的意识。

“贺岁片”源起于香港，历年的作品比如《大富之家》、《满汉全席》、《大话西游》、《甜蜜蜜》等等，反响相当热烈。而 1995 年由成龙主演的《红蕃区》，更是给人们留下了相当不错的印象。

到了 1997 年，当许多人还在一筹莫展，甚至不知所措的时候，一向在电视剧圈子里蹦跶的冯小刚却忽然在这种低潮中进入了电影，并且拍摄了内地的第一部贺岁片《甲方乙方》。在当时整个的电影票房一片低迷的情况下，这部影片以三千万元的营收业绩，让人们睁大了眼睛。1998 年，闻风而动《男妇女主任》、《好汉三条半》等等，纷纷以贺岁片的名义问世，但是最后胜出的还是冯小刚的《不见不散》。在 1999 年的《没完没了》、《给您道喜啦》、《相约 2000》、《房东老爸》等等之中，冯小刚的《没完没了》再次成为赢家。毫无疑问，在成功地开发一个电影品种

和重新发掘国产电影市场的过程中，冯小刚崭露头角，并且当仁不让地奠定了他自己的电影地位。不论是对此表示赞赏，还是表示怀疑批评的人们，都不能不对冯小刚刮目相看。

耐人寻味的是，2000年的岁末虽然有《美丽的家》、《防守反击》，加上也被冠之以贺岁片的张艺谋的《幸福时光》，然而由于冯小刚的缺席，这一年的贺岁片市场竟然陡显冷落。2001年冯小刚继续作壁上观，贺岁片《一见钟情》等等几乎没有产生任何影响，甚至连贺岁片这个概念也似乎要开始被人遗忘。这样的情形终于让人们明白，电影的商业性和市场化，从来就不是想当然的事情。而在此后的两年时间里，冯小刚的《大腕》和《手机》却又再次掀起了电影的旋风并且创造了票房的奇迹。这一切证明的是，冯小刚的成功并不是偶然的；至少他在观众接受心理和电影市场的效应上，很有学问，并且自成玄机。

冯小刚之所以在中国电影市场化的进程中相当持久地成为人们关注的对象，除了他是中国电影转型中一个标志性的人物之外，还因为即使在娱乐和商业电影的探求与实践中，他颠覆成规和独树一帜的做法。首先，迄今为止，不管是出于什么样的原因，冯小刚电影的商业元素并没有因循好莱坞模式和香港电影，比如，成龙、周星驰式的惊心动魄、眼花缭乱的场景动作，也没有凭借以后张艺谋所采用的引人入胜，甚至让人叹为观止的画面视觉。也就是说，冯小刚贺岁片的戏剧效果，并没有借助于大悲大喜、大波大澜、大开大阖的事件及外部形式，而是从日常生活和世俗形态中撷取和产生。作为一种独特的贺岁喜剧样式，它们又具有相当的社会意含，以至有着相当的生活质感，甚至是苦涩意味。比如《甲方乙方》里有技术员丧妻的悲哀，《不见不散》中刘元的母亲患了绝症，《没完没了》中韩冬辛苦追账是为了已成植物人的姐姐，等等。既定的叙事内容和主题指涉，自然也就规定了它们将会在一种相对含蓄和平实的叙述中，来完成自己的意图和目的，而无须以夸张的外部动作来造成贺岁片的喜闹效果；它们甚至反而需要避免因此而掩盖或是转移了它们既定的内涵和意指。因此正如冯小刚所说：“我们的戏跟陈佩斯的戏不一样在于，有的时候你觉得变形得不得了，就是故事是假定性的，但所有的细节又是写实的。”^①于是，一种别具意味、在整体上相对“走内”的作品风格和市场效应也就因此形成。当然，这种撇开了既定流行

^① 冯小刚、谭正文：《我是一个市民导演》，《电影艺术》2002年第2期。