

贾玲骗了你什么？

作者 | 燕公子

停不下来，真的停不下来。

整个春节档大家都在讨论贾玲，讨论她的《热辣滚烫》。

我们经常能看到这部电影的热搜，即使假期结束，这种讨论也还在延续。

在票房逐渐走高后，关于贾玲及其电影的争议声音突然多了起来。

这些批评有的是基于电影的理性讨论，有的是恶意尬黑，更有甚者是跟风蹭流量。对于电影的理性讨论无可厚非，毕竟每个人的喜恶难以统一，而后两者实在有些以偏概全。

下面我简单罗列几条讨论度最高的争议声音和大家探讨：我们应该如何理解中国电影以及电影相关的衍生讨论，或许这也是《热辣滚烫》带给我们的附加值。

第一，《热辣滚烫》的成功是靠营销堆出来的吗？

在春节档上映的8部电影中，热辣票房从第二跃升第一，此后遥遥领先一直到春节档结束，票房突破31亿，稳居春节档第一。

不仅领冠今年的春节档，而且还进入中国影史票房前18位，与此前的《你好李焕英》一起杀进50强，并实现票房和口碑的双丰收。这样的成绩单确实耀眼，但也不免让一些人破防。

有人说《热辣滚烫》全靠营销，这样的成绩都是用营销砸出来的。

这其实是一个非常可怕的论调，会把有关中国电影的讨论推到一个危险境地。

首先我们要搞清楚的一点是：电影都会搞宣发，尤其是春节档厮杀里，没有一家是吃素的。如果一部电影的成绩都能靠钱砸出来，那其它片子是不想营销还是不会营销？

无论多么好的营销，也只能管一时管不了一世。真正能让一部片子长线走下去的唯有电影品质。而票房和大众口碑是电影品质的真实反映。事实上，热辣在春节档几部影片中发布的预告视频数量也是最少的，后面的起势完全是靠观众的口碑拉起来的。

观众并不是傻子，电影好不好，叫不叫座，观众自己会用脚投票。这是营销无法做到的，也是争议无法改变的。

那么，为什么贾玲减重相关内容总是上热搜？难道不是在营销吗？

在互联网做舆情监控有两个重要指标：微信指数、百度指数。

微信指数是指私域讨论度，百度指数是指主动搜索量。这两个数据体现的是千千万万网民的真实关注与讨论。

热辣和贾玲的微信指自2月10日上映后，连续几天超过10亿，最高甚至达到30亿。百度指数峰值单日超40万。这意味着什么？

国民级的热度。

有巨量真实观众自发在搜索和讨论。

拿我来说，上映以来，朋友圈里的惊叹比比皆是，从大爷大妈到初中的表弟，难道说贾玲买营销买到了我的朋友圈？

还有重要的一条我们不能否认，就是贾玲自身的国民喜爱度，本身就自带流量，何况她闭关1年并带着新作品回归，引发国民讨论自然

也在情理之中。

所以，上热搜和买热搜是两个概念。如果非要拿自然热度当营销，才是中国电影最值得警惕的陷阱。

第二，贾玲是在拿身材当噱头吗？

我大概查了一下关于整个电影的热搜，真正关于减重的词条要比电影本体内容少得多。即使是贾玲自己，也反复强调“《热辣滚烫》不是一部关于减肥的电影”，包括后来的采访也在淡化减肥这个事情。

在电影上映前，贾玲从公众视野消失了很长一段时间，在后来的采访中，有媒体追问过她原因。她说，如果那时露面，外界一定会被她的瘦身所吸引，但减肥并不是电影《热辣滚烫》的关键。

她唯一一次主动提到自己“减了100斤”，是在首次官宣的长文里，也只是一笔带过，她特别强调，“这部电影跟减肥无关.....是一部讲述善良的人如何找到自我，学会爱自己的电影。”

就像她一再强调的那样，这部电影里面确实有身材变化，但故事内核却远远不止减重，甚至可以说跟减重毫无关系。它关于自我，关于救赎，关于态度，关于这个世界，关于很多很多。

有人的角度非常刁钻。明明电影讲的一个善良的人学会爱自己的故事，但在他们眼里就只剩“100斤”。或许是因为他们只想看到如何减肥，或许是因为太难接受别人的成功，然后就冷嘲热讽地说，给我30亿我也能瘦100斤，瘦成闪电都行。

电影中关于减肥过程的呈现相当克制，只有短短的几个镜头一晃而过，这种蒙太奇手法可能让一些抱有减肥执念的观众大为不满，他们本来想看减肥秘笈的，结果一无所获。

她从210斤瘦到110斤这个是现实，你可以说她为了塑造角色减重是本分，但你不能否认这份坚持背后的真诚与才华。

当然如果我们非要一个完美的导演或演员，这个估计没人惯着你。因为三观不同，角度不同，认知也就不同。电影是大众艺术，喜欢看就买票，不喜欢看也没人能把你的口袋钱掏出来。

第三，和减重无关，那《热辣滚烫》究竟传递了什么？

女主乐莹经历了友情、亲情、爱情的三重打击，最终在拳击中找到出路，影片最后，在输了一场拳击赛后，她对着满是伤痕的面容自拍，发了一条朋友圈：“赢了一次”。

没有逆袭套路的一战成名，没有饱含爽点的以弱胜强，就是一个普普通通没有天赋的小人物，终于救赎了自己的故事。这才是电影想告诉我们的：人最大的敌人，是自己。

而在影片里，乐莹与父亲的那段对白，同样包裹着态度与思考。乐莹：“如果你有两个苹果，你给别人几个？”父亲：“如果关系好，我给一个大的。”乐莹：“我两个都给。”

父亲认为，女儿如此慷慨，必定很多朋友。但事实却是乐莹几乎没有朋友，因为总是慷慨地将“苹果”全部赠予，所以身边人都以为她并不爱吃“苹果”。

这一时期的乐莹渴望爱，讨好爱，却从未被爱，而当她醒悟过来，父亲问她还会不会给别人苹果，她轻轻地说了一句：“看心情”。这时我们知道，乐莹的心里，有什么重要的东西已经改变了。

这是电影悄悄告诉我们的另一句箴言：人最亲密的爱人，也是自己。欲得爱，先自爱，欲爱人，先爱己。千万别动不动就倾其所有，否则你的倾其所有，只会是别人的无足轻重。

在温情之外，影片还以讽刺的表现方式，含蕴了许多现实批判元素。比如三万元就能买拳赛的输赢，比如健身行业的教练以色相吸引私教会员，推动业绩，比如媒体人表妹，利用乐莹制造负面社会

热点，博取收视率.....

热辣向我们传达了很多没有言明的东西。这个世界并不那么美好，这就是它本来的模样，不会为谁的痛苦和悲哭而改变。

我们可以选择对抗，当然也可以选择躺平，我们遇到所有不友好的人或事，究竟是铸成穿在身上的铠甲还是刺穿自己的利剑，全在于自己的选择。

二刷热辣后我更加肯定，电影从来说的都不是减重，而是“蜕变”；讲的也不是如何成功，而是“超越”。

不是把别人打趴下才叫成功，能打出一拳就很了不起。你不需要跟别人比，你只需要跟自己比。

不管怎么说，热辣滚烫到底是不是好电影，观众们已经用脚投了票。