

《珠江人家》以粵菜 粵中藥 粵劇 串出「珠江上河圖」

老字號 支援 劇集拍攝

掀追捧「粵文化風」效應



◆陳李濟中藥文化園也是民衆日常探訪的熱門目的地。胡若璋 攝



◆遊客也可以體驗藥丸製作。胡若璋 攝



◆年輕食客對粵菜傳承創新發展的古今趣事興致頗為濃厚。胡若璋 攝

香港文匯報訊（記者 胡若璋）年初爆款劇《狂飆》，讓江門走出大灣區的視野，也讓僑鄉中西合璧的騎樓走進眾多遊客的視線。近期，正在央視一、廣東衛視熱播的傳奇年代大劇《珠江人家》收視再創年度新高，為大眾掀開了以粵菜、粵劇、粵中藥串聯的一幅「珠江上河圖」，颯起一陣追捧粵系飲食醫藥戲曲文化潮。劇集熱播以來，劇中「廣州大酒家」的原型正是廣州人最熟悉、且擁有88年歷史的中華老字號酒樓廣州酒家。此番，廣州酒家也成為電視劇拍攝背後的「最強輔助」，曾派出50多人廚師團隊實地支援電視劇的拍攝、創作。

廣東烹飪協會會長、廣州酒家集團總經理趙利平表示：「粵菜文化是整個電視劇裏面的重要組成部分，我們廣州酒家團隊很認真也很用心地跟主創團隊一起把以廣府菜為主的粵菜的傳統技藝、深厚的文化淵源以及烹飪特色等表現出來。」他透露為了配合拍攝，廣州酒家派出的廚師團隊做了590多道菜，且都是現場做，力求把粵菜色香味形在特寫的影視鏡頭裏得到很好的呈現。另外，趙利平也分享說，《珠江人家》籌備初期，總編劇高滿堂、編劇柳樺也到廣州采風創作，在交流諮詢粵菜文化的精華和表現形式時，恰好廣州酒家也正好在對粵菜的歷史淵源做系統的梳理，並正準備研發民國樣品菜式。「時機恰巧就對上了。」趙利平談興甚濃道：「民國時期是粵菜發展的繁盛時期，這次拍攝恰好可以把之前的研究、史料，包括烹調技藝融入這部劇中。」據介紹，《珠江人家》全劇中粵菜粵點共593道，其中包含了專門研發復原的民國點心25款、民國粵菜30款、媽祖菜20款。」趙利平也透露，劇中的經典粵菜粵點，有可能在後續階段納入到廣州酒家的菜單裏，為更多觀眾和市民提

供打卡「同款」美食的機會。

還原嶺南中醫製藥技藝

「粵中醫藥是劇中三個重點內容之一，比起粵菜、粵劇一點都不遜色。」在廣州陳李濟中藥文化園舉辦的《珠江人家》粵中醫藥媒體交流會上，廣藥集團黨委書記、董事長李楚源也傾情「幕後揭秘」說，為了客觀真實地還原嶺南中醫藥文化的傳承和發展，廣藥集團與電視劇組牽頭，集團內12家老字號企業一起積極參與，全力為攝製組提供場景、產品和專家技術的支持。「在視覺呈現上，我們從製藥工具、產品老包裝、宣傳資料等方面提供了大量素材給項目組進行借鑒參考。從專業把關上，傳承人在炮製技術、生產工藝、臨床應用等方面給予嚴格審核，務求讓內容經得起推敲和檢驗。」廣州白雲山陳李濟藥廠有限公司黨委書記、董事長石洪超補充說，《珠江人家》首集出現的陳山河曬陳皮場景，播出後馬上引起部分觀眾關於中藥嚴格製藥規範的討論。為了在電視劇中更好地還原嶺南中醫藥製作技藝，廣州白雲山陳李濟藥廠有限公司副總經理莫

國強也深入劇組半個月。「學製藥，不能不學中藥的炮製。」陳山河初到南嶺藥坊學習製藥，就從學習炮製開始。莫國強說，嶺南氣候潮濕，先人們就想到了用蠟來包藥丸，不霉不蛀，能放好多年。

行業知識融入劇中更易懂

劇中，南嶺藥坊的老藥工道出了蠟丸的奧妙。回到現實生活中，廣東老字號中藥品牌陳李濟首創的蠟殼包裝工藝，想要一一還原並非易事。「蠟殼丸就是蠟殼包裝的藥丸，通過煮蠟、串圓子、煎蠟、剝殼、入丸、封口、剪蒂、蓋印八道工序，用蜂蠟與木蠟混合澆鑄而成的蠟殼，能夠隔絕空氣中的水分和細菌，延長藥丸的保質期，使中藥能夠被廣泛攜帶和遠程運輸。」在陳李濟中藥文化園，石洪超現場演示了藥丸的手工製作方法，並邀請現場傳媒朋友一起參與蠟殼的製作體驗。此番，創下新一輪收視熱度的《珠江人家》，把粵菜、粵劇、粵中藥三大行業知識或典故融入到劇情之中，通俗易懂、生動有趣之餘，也讓更多觀眾感受到了嶺南文化的日常滋養細

節。該劇導演吳斌在微信群組接受傳媒採訪時透露，拍攝過程中，粵菜、粵劇、粵中醫藥部分都有各頂級專家跟組，配合劇組工作，不斷在細節上修正。一部劇融合粵菜、粵劇、粵中藥，吳斌認為，在《珠江人家》裏得到充分展現，但吳導認為，粵菜、粵劇、粵中醫藥三個行業，每一個都足以拍出一部大戲。三大行業表面上看似並無關聯，串起它們的更多是背後的人性。為了把三大行業融合得當，吳斌透露，劇組花了大量時間去研究，從三個行業的表象慢慢深入到民族共性的挖掘，力圖將「形與神」結合起來。



◆郭曉婷(後)在粵劇《傳承》中勇毅前行。張翰從叛逆少年成長為粵菜名廚。

中國票房重返500億高位 《滿江紅》暫列榜首

香港文匯報訊（記者 張帥 北京報道）據中國國家電影專資辦初步數據統計顯示，截至2023年11月13日，中國電影年度票房已突破500億元（人民幣，下同），共有55部年

內上映新片票房過億，有11部影片票房過十億。其中，國產影片票房417億元，佔比達到83.4%，頻頻「破圈」表現不俗。

今年以來，中國電影市場強勢復甦。春節檔，《滿江紅》、《流浪地球2》等影片持續熱映，最終產出67.58億元票房，位居歷史第二；五一檔，五天票房15.19億元，僅次於2019年和2021年同期；暑期檔，《孤注一擲》、《消失的她》、《封神第一部：朝歌風雲》等多部不同類型國產電影表現亮眼，內地電影市場票房達206.19億元，觀影人次為5.05億，實現票房與觀影人次的新突破。

在2017年，中國電影年度票房首次達到了500億，此後2018年、2019年票房亦均上500億高位。而截至今年11月13日，內地電影年度票房已突破500億元，用時317天，這是疫情以來全國票房首次重返500億元高位。

國產片在海外「破圈」

統計顯示，今年中國票房前十名的影片均為國產片，且十部影片票房均超過10億，《滿江紅》、

《流浪地球2》的票房分別錄得45.44億和40.29億，《孤注一擲》《消失的她》票房為38.48億和35.23億。

據悉，國產電影也紛紛在海外「破圈」。《流浪地球2》已先後在海外39個國家和地區上映，隨後暑期檔電影《熱烈》在泰國上映後，又刷新了《無名》的紀錄，成為近三年中國電影在泰國的票房冠軍；暑期檔電影《封神：朝歌風雲》也乘勢「出海」，在威尼斯電影節放映後，於澳洲、新西蘭等海外地區定檔上映，開啟全球公映計劃。

日前，多家頭部影業公司發布最新片單，劉德華主演的《金手指》、《潛行》等多部影片已經定檔今年上映。市場人士估計，今年中國電影總票房有望衝擊550億元，接近2017年的中國票房最終成績。



◆《滿江紅》以45.44億的成績暫列票房榜首位。

《以愛為營》吻戲連場勁搶焦 王鶴棣無懼被小鮮肉取代

香港文匯報訊 改編自翹搖小說《錯撩》，由「內地版道明寺」王鶴棣和白鹿主演的愛情喜劇《以愛為營》在港播出。

全新都市愛情內地劇《以愛為營》講述金牌財經記者鄭書意（白鹿飾）為了拿下頭版，極力爭取與銘豫雲創總裁時宴（王鶴棣飾）進行專訪而結下緣分，二人從歡喜冤家到並肩而行，更在過程中意外收穫愛情和事業，從此展開了一段甜喜交織的浪漫愛情之旅。

《以愛為營》開播至今，不但數度登上內地多個視頻平台的播放冠軍座，王鶴棣也憑「時宴」一角拿下抖音劇集報告「熱門角色」第一名，足見他人氣旺盛。劇中「時宴」除了是個不折不扣的高富帥，還是撩妹高手，對此本尊自信回應：「哄小孩和長輩的話，我都是滿分！」不過當被問到內地演藝圈人才輩出，會否擔心被新冒起的小鮮肉取代時，他則謙虛表示：「我覺得每個人都不一樣，蘿蔔白菜各有所愛，不會有什麼危機感。」

談到劇中吻戲連連，還有不少網民陷入王鶴棣和白鹿的親熱戲中，王鶴棣透露拍攝時絕無尷尬，不過卻被「觀眾」考起：「最難克服的是現場觀眾，因為他們會給反應！我們很深情地準備開始，大家就會：『噢！』就跟演話劇一樣！」白鹿則難忘得寵場面：「鄭書意在樹上醉酒不肯下來，時宴說：『仙女！小仙女！你下來！』哈哈，讓我很難忘。」



◆王鶴棣和白鹿展開浪漫愛情之旅。

張敬軒12月澳門開秀

香港文匯報訊（記者 子棠）張敬軒（軒仔）近三年演唱會開個不停，由香港作起點，遊走英國、美國、澳洲等地，已舉辦了59場演唱會；下月將移師澳門倫敦人舉行7場聖誕倒數演唱會《The PRIME CLASSICS張敬軒澳門演唱會》，亦是其英國演唱會的升級版，延續當中的感動並加以升級。

軒仔於今年3月在英國倫敦Royal Albert Hall (RAH) 舉行一連3場演唱會，成為歷史首位在RAH連開三場個唱的華人歌手；還吸引了來自五湖四海專誠飛往倫敦睇秀的歌迷；軒仔亦特意將最經典歌曲帶去英國，為歌迷送上難忘回憶。而今次軒仔決定將在英國開秀的感動在澳門倫敦人延續下去，還親自擔任策劃，以最經典的作品與歌迷共度佳節，為歌迷再「軒」經典回憶。

此外，軒仔已連續第三年於12月舉行聖誕跨年秀，而澳

門站的首場亦適逢是他在這三年來舉行的第60場演出，對軒仔和歌迷都特別有意義。



◆軒仔澳門秀為歌迷再「軒」經典回憶。