

《长安二十四计》 开创古装剧新风貌

《长安二十四计》正在央视八套和优酷播出。故事以架空的“文承年间”为背景，讲述背负家仇的谢淮安以身入局，最终联合忠义之士粉碎“虎贲”将军言凤山裂国阴谋的经历。在古装剧一度陷入大IP迷思，于面貌相似的“换乘恋爱”或“打怪升级”中消耗观众期待时，这部原创剧集在年末开创了近年来少有的古装剧新风貌。它被观众点赞为“黑马”，也不止于高密度叙事，或许更因为，当剧情过半，剧中伏脉千里的“脉络”逐渐清晰——复仇不是主人公的单一目的，清明理想、人间正道才是。

步步为营，用计谋反权谋

《长安二十四计》的故事线很清晰，始终围绕主人公的复仇展开。谢淮安原名刘知，是“虎贲”创始人刘子温之子，在灭门之灾中幸存。此后，他化名谢淮安亡命天涯，终在权力交替、多方对峙的局势下，以淮南县主簿身份重返长安，剑指仇家。

该剧总编剧霜城曾在TVB工作多年，参与过十多部港剧创作，“都是从一张白纸开始的原创”。港剧的基因让他的创作重视叙事节奏，绝不拖泥带水。“多反转的设定也不意味着强行爽文、毫无逻辑，反而需要铺陈大量细节，让设定合理化”。

编剧的设想反映在剧中，步步为营的计谋情节与其背后“意指”环环相扣、互为表里。以前几集为例，离开淮南之际，谢淮安发现好友周墨竟是蛰伏已久的“虎贲”暗卫，一计金蝉脱壳助其远走，奠定人物足智多谋又内心柔软的底色。初入长安，新帝遍寻不得的废帝萧文敬其实藏于刘家旧宅，一计瞒天过海，印证角色的深谋远虑，也带出“虎贲”与新帝间的纠葛暗线。第三计借刀杀人，谢淮安挑动“虎贲”内部刀尖相对，为主人公从“复仇者”到“家国大义守护者”的身份转变埋下伏笔——他已隐约意识到，“城头变幻大王旗”，天下总有主，但无论谁来，倘若只用武略争天下，世间动荡，受苦的还是黎民苍生。

剧本一路用计谋抵抗权谋，其实是在反转中反思权力的斗争。就像第六集尾声，谢淮安兄妹跟着历经世事的黄狗去往野草深处，却发现，一度以为尸骨无存的父亲早被路过的长安父老收敛尸骨、立碑于此。他从不曾如此清楚，父亲建“虎贲”，本意不为谋权，而在安天下。又好比剧中人物韩子凌和萧文敬，

小酒馆里推杯换盏，谈黎民愿、诉清平志。一个是功名未着的小书生，一个是庙堂权谋夹缝里的傀儡帝王，看似纸上谈兵，但有了谢淮安的悉心调教、辅佐，他们三人共同所谋，谁说不是社稷里的少年脊梁。这样的谢淮安，没有被仇恨吞噬，即便在搅弄风云时，仍勉力两全着家仇与天下道义。至于那些为报家仇而筹谋的计策，归根结底也是为了匡扶明君、海晏河清的理想。

以文化认同构筑价值链接

据悉，《长安二十四计》已发行至欧美、泰国、韩国等全球多个国家和地区。业界看来，这两年国产剧“出海”已不满足于提供“中华文化景观”，还进一步追求在文化与情感上的共鸣、构筑价值链接。

《长安二十四计》即由过往古装剧的“造景”进阶到“造境”。剧集虽为架空背景，朝堂格局、市井风貌、器物礼仪等，却有唐代的影子，人物处世也以唐风为骨。从某种意义上说，剧集借用广义的“长安”为题，固然因其能承载特定风貌，更在乎再造今人心目中“长安”之“境”——那种符合中华优秀传统文化的精神气象、审美意趣与生活诗意。

非遗元素也是“造境”的一部分。蒲逆川使用的“火刀”，对应的是我国南方一些地区殡葬仪式里的“破地狱”环节；剧中制作通关文牒“过所”的段落，则自然融入了古代造纸术的展现。还有些诗词典籍在剧中被化用。如谢淮安初入长安时当众念“反诗”，“长诗烧予山鬼听”化自屈原《九歌·山鬼》，这一刻，他念的不是诗，而是父亲的一生，被小人做局，但被百姓立碑。

故事里，复仇是谢淮安的宿命，但不是全部。妹妹生前描述过的看坊间买菜、听老人吹笛的平淡烟火



《长安二十四计》海报

是他回不去的寻常人间，也是简单又遥远的终极理想。他隐居淮南县时，身后五谷丰登、百姓安居的画面，才是他与周墨阵营不同却向往一致的心照不宣。而天下安泰，谁说不与古今中外普通人的心意相合。

清华大学教授尹鸿说，今天的观众对价值观的诉求越来越高，“无论哪一类电视剧，观众都希望能在价值观层面引发共鸣”。从这一意义上说，观众为“长安”埋单，所期待的不止于对史实的复读，还是一场关于发掘历史“缝隙”处可能性的沉浸式体验，而在全球化语境中，“长安”已成为超越地理维度的超级文化符号。

本报综合报道

2025年贺岁档票房创五年同期新高



城区万达影城万达广场店，前来观影的市民络绎不绝。

本报讯（记者 郭超）根据猫眼专业版数据显示，截至12月22日，2025年贺岁档（11月28日-12月31日）电影总票房已破45.5亿元，今年贺岁档票房表现强劲。得益于今年贺岁档电影题材的丰富多元，势必为市民带来一场光影盛宴。

12月21日下午，记者在城区万达影城万达广场店看到，前来观影的市民络绎不绝，贺岁档的到来，让

影院忙碌不少。为此，影院纷纷增加电影场次，迎接新一轮观影热。影片方面，目前共有10余部作品加入贺岁档票房“争夺战”，既有进口影片的支持，又有国产影片的助力，反映出中国电影市场的开放与活力。

《疯狂动物城2》《阿凡达3》作为经典IP系列，此前已积累大量影迷，此次选择同期上映，凭借IP影响力延续热度，让影迷一次过足动画瘾。除此以外，《狂野时代》《惊天魔盗团3》《内幕》《我的世界没有我》《用武之地》等多部影片上映，实现贺岁与跨年的联动效应。

值得一提的是，动画电影的突围，成功调动市民观影热情，而IP延伸的热度不仅在影院，也成功转移到线下，部分IP产品带来的社交、收入等，持续点燃观影欲望。

贺岁档是全年档期中不容小觑的重要档期之一。根据猫眼专业版数据显示，2021年至2025年贺岁档同期票房，分别为30.68亿元、16.42亿元、45.08亿元、30.5亿元、45.5亿元（截至12月22日实时数据），此次贺岁档良好的票房表现为2025年电影市场收官增添一抹亮色。12月还剩下不足10天时间，有望向影史贺岁档最高票房发起冲击。多元类型影片同台竞技，相信不同年龄群体都能找到心仪之作。

马年春晚吉祥物发布



本报综合消息 中央广播电视总台《2026年春节联欢晚会》近日发布吉祥物形象。“骐骥”“骥骥”“驰驰”“骋骋”四匹骏马，活泼可爱、意气风发，与晚会主题“骐骥驰骋 势不可挡”一脉相承、相得益彰。

吉祥物的设计灵感来源于中国不同时期马的经典形象，并将流云纹、山云纹等千年纹样“穿”上身，充盈着生生不息的历史美感和万象更新的时代气象，饱含马到成功、前程似锦的美好寓意。