



## 《家有囍事2009》迎來新年賀歲片



2009-03-15 鄭秀芳 文

說起香港喜劇電影，《家有囍事》系列是不得不提的代表作品之一。尤其在喜氣洋洋的節日裡，拋下平時的煩惱和家人一起走進電影院觀賞一部輕鬆娛樂的電影，同時增進彼此的感情之於又可渲染喜氣的氣氛。所以在去年歲末時強打的賀歲片《家有囍事2009》為我們的新年增添了不少喜氣。



相隔12年，最賣座電影系列第三部《家有囍事2009》再次推出。（圖片來源／網路）

### 愛情的感覺 為賀歲片所環繞

這部《家有囍事2009》是《家有囍事》系列裡的第三部曲，但是內容卻不勝以往。在1992年由高志森導演的《家有囍事92》，內容既搞笑又溫馨感人，在香港不僅打破票房紀錄，還成為當年賀歲片最賣座的電影。在1997年推出續集《家有囍事97》，雖劇情笑料較第一部稍嫌薄弱，但以抒情技巧帶出親情的重要，票房成績依然很亮眼。相隔12年，這個賣座的電影系列第三部作品《家有囍事2009》再次推出，可謂萬眾期待。此片眾星雲集，除了黃百鳴、吳君如等老牌諧星外，還有古天樂、鄭中基、姚晨、郭濤等演員。雖然陣容強大，但是劇情卻較此前兩部作品差強人意，且缺乏家庭氣氛。作為一部賀歲片如果缺少親情元素便大打折扣，因為新年給予人們首要意義是歡樂團聚，由於此片的重心單一放在愛情上，少了親情這塊色彩，讓看片的觀眾無法感受到闔家歡樂的感覺。

電影以飾演余寶的鄭中基傾訴自己悲慘的愛情經歷為開始，因為余家定下要長女先嫁，弟妹才能嫁娶的家規，不然他的女友會遭遇不幸。而吳君如飾演余寶的姐姐余珠，是一名年近四十的「姑婆」，在雜誌社當總編輯。她是個主導權很強、脾氣陰晴不定、婚嫁之事遙遙無期的人。於是余寶為了姐姐可以早日完婚，便趁公司要推出一本旅遊雜誌需多聘一名攝影師，而找了一個愛情治療師曹迪克，由古天樂所飾演，以工作為名假裝追求余珠，讓她嘗試戀愛的感覺。

在曹迪克到公司應徵時，余珠深深地被曹迪克的外形所吸引，而僱用為攝影師。因此曹迪克開始展開追求，為余珠準備浪漫又豐盛的早餐，並且還邀約她一起共度晚餐，發揮「情聖」本色讓余珠甜在心頭。而余珠就像情竇初開一樣，無時無刻都被曹迪克的一舉一動所牽引，甚至為了他和老闆吵架也在所不惜。但是這些甜蜜的日子對余珠來說不多，因曹迪克為攝影必須到杭州的千島湖，而她需要留守崗位不能一同前往。

到達千島湖的曹迪克原本是由暴牙珍接待，由於她生病了，而找了她的好友小敏負責。曹迪克見到美若天仙的小敏，就小鹿亂撞似的，因身為愛情治療師的他卻沒有談過戀愛，表情非常羞澀。隨後幾天的工作中，曹迪克和小敏漸漸地建立起感情。至於余寶則因姐姐要求必須和曹迪克一起去千島湖，以便照顧和監視曹迪克的一舉一動。但是余寶不幸的遇到舉動粗魯的暴牙珍，旅途中，余寶向珍傾訴他的愛情史，而珍自知醜樣所以對愛情早已死心。不料余寶卻鼓勵她，兩人因此有觸電感覺，然而余寶因前幾次的教誨而逃避珍的感情。

### 媒體歷屆廣告

#### 推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

#### 總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

#### 本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

#### 本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

#### 本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡  
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界  
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方  
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲  
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員  
張婷芳 / 人物

一方面余珠終於完成手頭上的工作，於是立刻趕去杭州見曹迪克。但是卻被她看見曹迪克與小敏一起，頓時余珠疑心重重，並決定跟蹤他們，在跟蹤他們同時，她亦感覺到自己被跟蹤，後來才知道是一個自稱是私家偵探的柯男，他跟蹤的人不是余珠，而是小敏。因此這六人的愛情就在千島湖上展開。

## 家與廣告 讓本片失分不少

賀歲片終究會以皆大歡喜作為結局，但是整個劇情中唯一能突顯「家」的概念就是最後余珠的父母與他們這對新人共同向觀眾祝福的畫面，這也是所有港產賀歲片的套數而已。加上整個劇情的場景都是在公司、戶外，極少在家裡，變得父母成了電影中可多可少的陪襯而已，尤其女兒和父母的談話，沒有任何感情交流，至於兒子就像把父母當成朋友的溝通對象。愛情雖是此片的重心，但這三對情侶的愛情故事敘述有點單薄，有時難以投入在故事情節中。另外，「天旋地轉」的噱頭，和當年《家有囍事92》裡周星馳所使用的招數一樣，每當掉進愛情漩渦裡的人都會覺得天旋地轉，可是此片的動作卻不能媲美周星馳當年的動作，因為當時是誇張又笑料十足的，而本片卻成為招牌動作，變得平平無奇。

除了劇情差強人意外，此片的廣告置入性行銷比一般的賀歲電影來得多，例如：千島湖、網站搜尋引擎、網路遊戲等廣告，一一在影片中出現。甚至還配上演員們實地的拍攝和口述千島湖的旅遊景點，而劇情似乎被廣告牽著走，有時還運用了廣告商的招牌作為布景，讓劇情畫面更顯突兀。早前的《非誠勿擾》也因廣告太多而遭受評論，但是如與《家有囍事2009》相比，起碼它沒有讓故事跟著廣告走，不會讓觀眾看了覺得反感。

《家有囍事2009》所喚起的，不單只是「過年有喜劇看」的歡呼，更是對港片黃金時代的回憶與期待。但是現在卻被大量的廣告注入，影響電影的品質。加上合家歡的賀歲電影應該講求內容豐富，多著重於溫暖和睦的親情上，讓觀眾能在新年的期間通過這些賀歲電影增進彼此的感情，渲染喜氣洋洋的氣氛，而不是單純為了討好觀眾的都市愛情俗氣之作。



### 橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP