

美食纪录片热度不减 各色美食挑逗食客味蕾

这些年，人们对美食纪录片的青睐热度不减。《舌尖上的中国》《风味人间》《人生一串》《宵夜江湖》《早餐中国》《老广的味道》……这些耳熟能详的美食纪录片，不仅越发垂直细分，文化和情感的融入也让看客们获得强烈共鸣。当《风味人间》第二季完美收官时，一部城市美食纪录片《寻味东莞》接档而至，再次挑逗食客味蕾。

1 肇始与迭代

2012年，一部《舌尖上的中国》（以下简称《舌尖》）让美食纪录片风靡开来。

“回顾《舌尖》的诞生，恰逢中国纪录片产业变革进入实质性阶段。”乐正传媒联合创始人、影视产业研究者彭侃告诉记者，2010年10月底，广电总局出台《关于加快纪录片产业发展的若干意见》，之后中央电视台纪录频道成立，开始探索以更大的投入生产更加商业化、更有影响力乃至能够出口海外的纪录片。

于是，时任纪录频道副总监的陈晓卿抓住了这一机遇，从他熟悉的美食领域入手，并大胆地借鉴了BBC更为先进的商业纪录片生产方式，创作出《舌尖》这一具有开创性意义的作品。

云南的松茸、浙江遂昌的冬笋、湖北的莲藕等，《舌尖》为观众制造了足够震撼的大量美食“奇观”；采摘松茸的藏族姑娘卓玛、湖北嘉鱼的职业挖藕人、绥德骑车卖黄馍馍的大爷……通过一个个平凡小人物的故事带出对美食的描摹；用精炼到位的旁白讲述美食背后的地理、仪式、伦理，让观众感受到中华饮食文化的源远流长。

“片中充满了人物故事，故事有趣，人有意思。”陈晓卿这样解释《舌尖》的走红，“以往美食节目，更多介绍烹饪技术和吃的礼仪、文化。而这一次，更多带着对食物的敬意和感情。观众能从对美食的热爱中，品读到对生活的热爱。”

2017年，陈晓卿带领《舌尖》第一二季的部分团队人员组建了稻来传媒，继续耕耘美食等类型的商业纪录片。尽管与《舌尖》一脉相承，但《风味人间》的一切都在升级迭代，开始用更广阔的视角去审视食物，展现世界不同纬度人群的美食智慧，记录一方水土的文化遗产和信念根基。

彭侃认为，从《舌尖》第一二季到《风味人间》第一二季，陈晓卿团队在美食纪录片领域所取得的持续性成功并非偶然，他们建立了一种成熟的模式结构，并在技术层面日益精进，在主题架构上每季进行适当的调整，以“微创新”的方式给观众带来熟悉的陌生感，从而保持着稳定的市场地位。

2 垂直与契合

随着《舌尖》的成功，要想在众多美食纪录片中突围而出，就得另辟蹊径。《人生一串》和《早餐中国》是其中的成功代表。

“《人生一串》的成功在于它的契合了年轻一代追求真实感的审美潮流，在以年轻用户为主的B站播出更是如鱼得水。”彭侃认为，暗黑气质的片头曲、魔性的文案、北方烟酒嗓的旁白也构成了其标志性特征。用带着草根气息的味道带给观众新鲜感，用街边烧烤这一颇具中国特色的文化情结引发了大众的共鸣。

同样是走向更为细分的领

域，拍摄了上百集的《早餐中国》，切中了日趋火热的短视频消费潮流。每集不过五分钟，就讲三件事：一道特色早餐、店主闲遐日常和店主每日必播的一首歌，短小精悍。

与大众印象中的美食纪录片不同的是，《早餐中国》一不解读食物背后的秘密，二不谈论片中人物的情感，也不说美食区域文化，只老老实实就说美食。“纪录片能不能放下原本面孔，放下身段、变得轻松？”总导演王圣志解释说，还有一个原因，当下迎来了美食纪录片的热潮，

虽然拍摄题材不同，但大多是一种腔调，“我们可以换一种腔调出现”。到底应该用什么样的形式来定义？“我更愿意用短视频节目来称呼，它打破人们对于纪录片的认知。”

如彭侃所说，《人生一串》和《早餐中国》都找到了一个垂直细小的美食切口，并找到了合适的、契合互联网时代审美潮流的表达方式，而它们的成功也反过来证明了美食这一题材所具有的包容性，既可以上升到横贯世界的奇观，也可以下沉至固守乡土的日常。

3 模式与创新

当“舌尖体”成为一种解说词模式，而拍美食的超近景镜头、大厨展现厨艺的慢动作、画外音介绍食物之外的人文情怀，被观众理解成为一种套路，这就意味着美食纪录片的创新已经是个命题。

“美食纪录片需要拓展更广阔的表达空间。”彭侃认为，国外的成功案例证明了还有不少创作路径是值得尝试的。

一种美食纪录片是加入更加纵深的、历史的视野，去探寻美食的变迁和对人类社会所产生的影响。如BBC美食系列纪录片

《流行世界的美食》；一种是围绕知名大厨或是美食大师做文章，在展现他们的烹饪技艺之余，也讲述他们的人生故事和美食观念。如由美国导演大卫·贾柏拍摄的日本寿司大师小野二郎的纪录片《寿司之神》；还有一类则致力于在更广阔的社会背景中探讨关于食物的命题，甚至要用美食发挥出推动社会进步的功能。如在BBC播出的纪录片《杰米的校园餐食》中，通过电视节目成名的大厨杰米·奥利弗发起了一项颇有野心的挑战——改造英国校园中的菜谱，让整个英国的

孩子们可以吃得 healthier。

“对于发展时间还不长的中国美食纪录片而言，要想成为一个长盛不衰的内容类型，还得继续拓宽和提升自身的边界与格局。”彭侃说。

创新与坚守有着微妙的关系。对于美食纪录片而言，赢得观众的关键无疑还是得走胃又走心。“人间至味，往往酝酿于人和人之间。”如陈晓卿所认为，美食的终极奥义是获得幸福感，美食纪录片则是通过食物看到人，看到人的生活。

据《工人日报》

延伸阅读

国产美食纪录片“飘香”海外

中国是美食大国。色香味形俱佳的美食餐品，各具特色的美食流派，令人流连忘返的独特风味等，都成为纪录片表现的主题。

从《舌尖上的中国》《寻味顺德》，到《老广的味道》《风味原产地·潮汕》，再到近期《风味人间》第一季成功发行至全球多家电视台，覆盖亚太、北美多个国家和地区，国产美食纪录片不仅将镜头聚焦当代中国人的美食文化、生活习惯，同时也尝试将中国文化进行海外输出，用纪录片打开了一扇扇窗，让全球观众更加理解当代中国。

尽管饮食文化具有天然的国际性，是最好的国际传播题材，但国产美食纪录片并非只是单纯呈现中国美食的丰富多样，还展示了美食背后的一些人文故事，并传达出深厚的民生和以民为本的重要思想，成为世界读懂中国的一个重要窗口。

据人民日报客户端



▲《寻味东莞》剧照。



▲《舌尖上的中国》剧照。



▲《人生一串》剧照。



▲《早餐中国》剧照。



《风味人间》剧照。