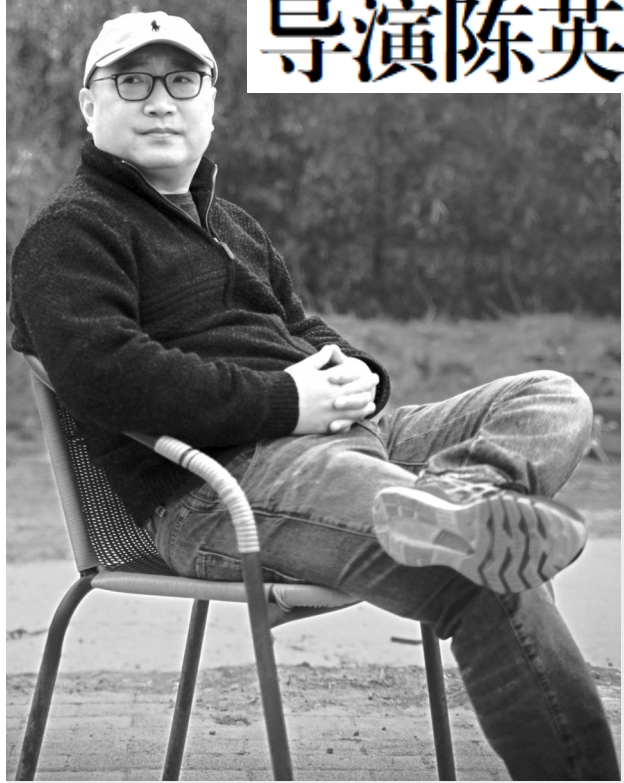


从《人生一串》到《这货哪来的》 导演陈英杰：“无名之辈”闪烁人性光辉



纪录片《这货哪来的》总导演陈英杰 侯欣颖摄



纪录片中为卡车定制床垫的毛哥毛嫂。



《这货哪来的》拍摄现场。



《这货哪来的》剧照。

一件看似毫不起眼的手机壳，会经历怎样的旅途？它也许来自深圳工厂中忙碌繁杂的流水线，却在审美快速更迭的时代被抛弃，最终沦为难以售出的“尾单”，被一个渴望在大城市立足的年轻生意人收下，出现在了华强北喧嚣嚷嚷的夜市地摊上，让川流不息的行人挑拣……

不止于手机壳，你身边唾手可得物品，目之所及的货物，它们是否穿越了大半个中国，经过无数双手的流转，才抵达了你的生活？也许，这些疑问在一部高分纪录片——《这货哪来的》中，能够找寻到答案。

“它们悄无声息，微不足道，却又无处不在。它们跨越了万水千山，来到你我身边……”导演陈英杰标志性的“烟酒嗓”响起，只是这一次呈现在观众眼中的，不是烧烤架上被烤得滋滋冒油的烤串，也不是露天广场上吃得大汗淋漓的食客，而是狭小的仓库里堆成山的货物、工厂中高速运转的生产线，以及万千货物背后那些小生意人的百态人生。

少了美食的抓手，没有了令人口水横流的画面，由《人生一串》原班人马打造的纪录片《这货哪来的》，仍然斩获了9.1分的豆瓣高分，更在播出平台B站上收获接近满分的9.8分。这些处在商业链中下游的中小卖家的琐碎日常，到底有着怎样的魔力？总导演陈英杰接受了华西都市报、封面新闻的专访，谈及这些打拼的小人物为何总能让他和团队着迷不已时说：“他们的故事，总会触发观众或者创作者的思考，那就是——我该如何生活。”

从“串”到“货” 记录“无名之辈”的万丈光芒

这是一部讲述中国“电商江湖”的纪录片，但《这货哪来的》里所选取的人物绝对能够跌破大多数人的眼镜。因为片中所展示的是数十位小卖家的生活故事，是小本买卖生意门道的烟火人情。

譬如，在华强北贸易过名表、在坂田北街头倒腾过玩具、如今在处理手机壳尾单的伊哥，他脚踩塑料凳子，在深圳夜市的街头显得鹤立鸡群，游刃有余地应对着千奇百怪的顾客；在地图都无法显示的云南山脚下的小工厂里，毛哥顶着刚刚做好的卡车床垫，一晃一晃地走在乡间的小路上，他和妻子收集了全国各式卡车的数据，以求能为司机解决睡觉的难题；在“中国不锈钢雕塑之都”河北曲阳，“打料老三”杨红岩正和着动感的音乐节奏挥舞大锤，重重打向手下的不锈钢片料……这是属于小生意人的喜乐悲欢，是生意江湖中最市井的人生轨迹。

其实，在启动《这货哪来的》拍摄之时，陈英杰和团队正在蛰伏休养。彼时《人生一串3》收官不过数月，他们也想停下脚步思索和休整。但一通电话带来了关于“货”的故事和这些围绕着货物生存打拼的人们。

“在商业繁盛的今天，大家对货品并不陌生，但是背后的设计、生产环节，包括哪些人在操持这样的行业，就比较陌生了。”陈英杰说，这首先解决了纪录片的信息量的问题，足以让观众产生既熟悉又陌生的“拉扯感”，“这是一个提升纪录片观感的先天优势”。

可在“信息量”之外，更让陈英杰和团队心动的理由，就是这些在电商行业中“螺丝钉”一样的小角色，他们身上充满的野生而蓬勃的生命力，在市井生活中打拼得来的人生智慧，更让团队倾心不已。

《这货哪来的》中选取的人物故事，有学业无成的货车司机，年少时就奔波在卡车颠簸的驾驶室中，最终成了卡车床垫的设计生产者；有特立独行的内衣店家，在直播中不断输出两性关系的“金句”，给内衣取富有诗意的名字；还有成为了“沪漂”的海归人，他在自己成立的搬家服务公司中见证数百个“沪漂”的家庭故事……镜头聚焦的商家店主，恐怕难以称为“成功人士”，却是身处困境却拥有心气的人。

这种品质，陈英杰更愿意将其称为“韧性”，而他所拍摄的人物大多都具有这一特性。从“串”到“货”的拍摄中，这些人在不同的天地中野蛮生长，谋一份生计也闯一分希望，活成了大多数人常规想象之外的样子。“这种人性的光辉、野生的力量，是我们特别推崇的。在拍纪录片的过程中，我发现真实的世界并不缺乏此类人和故事，我们要做的不是如何去把握它，而是发现它。”陈英杰说，纪录片中的人物，他们也许没有受过好的教育，却靠着完全野生的力量，将命运牢牢攥握在自己的手中。“那种‘我命由我’的感觉，真的特别吸引我。像石子又像野草，虽然微不足道，却坚硬顽强。我认为，这也是应该大书特书的一种人格力量。”

“百万文案”背后 为生意江湖找寻情感落点

将时光倒回2018年的仲夏之夜，一部带着厚重油烟气息、“老炮味儿”十足的纪录片《人生一串》在B站横空出世，凭借粗粝的画风，独辟蹊径地将视角聚焦在烧烤这类美食上。而后，该系列纪录片延续了一贯的“江湖”风格，将足迹逐渐蔓延至全国各地，走遍了30多个城市的500多家烧烤摊。《人生一串》的走红，也让观众看到了在常规纪录片以外的另一种风格叙事，感叹“原来纪录片还能这样拍”，更呈现了鲜活野性、无所拘束的市井江湖。

可是，当没有了美食这一抓手，当镜头要从肉嫩料足、回味无穷的云南昭通牛肉小串，焦嫩适度、滋味鲜美新疆尉犁烤全羊，长竹签串、大火盆烤的凉山小猪肉，突然切换到工厂中埋头苦干的工人、流水线上整齐划一的商品……这对于观众来说，可能会失去一种“天然”的吸引力。

但神奇的是，就算不讲美食，陈英杰及其团队讲述的故事中总会有一种浓烈而独特的风格。不少网友将其称为“串儿味”，这也许来自片中诙谐感满分、江湖气息满满的文案。早在《人生一串》诞生伊始，就被赞为“百万文案”，而这种风格叙事，观众仍能在《这货哪来的》中找到熟悉的气息。

陈英杰坦言，在决定拍摄“货”这一主题时，他也考虑过是否能够通过强调文案的方式，去达成观众的某种“爽感”。“我还专门去研究，像是‘幽默产生的方式有多少种’的文章，我看了很多。”可到了“实战”之

时，到了机房中剪辑的片刻，陈英杰发现还是要跟着片子本身的流动，把这种真正蕴藏在普通商品或者普通人生中那种不易觉察和分辨的亮点提出来，“要顺势而为”。

当然，相较于美食这一普罗大众都能轻松理解的主题，“货”里面蕴含的专业行业术语和内行才懂的规则，让创作团队费了不少心思。这要求撰写的文案不仅要深入准确地把握行业的“脉门”，更要通过清晰有趣的言语传递给观众。

陈英杰特别提到分集《体面提货点》中，花了大量的篇幅来讲述殡葬行业的从业者。其中，就有纸扎手艺的第三代传人邢涛，豪华游艇、拉风跑车、炫酷游戏机、智能电子设备……颇具现代风格的纸扎，从他手中诞生。

“其实，一些丧葬文化是颇具争议的。片子里面讲了个‘托梦’的故事，我记得当时有句文案，说的是‘鸡飞狗跳的乡土幽默背后，却是对相伴时光的深切怀念’。一下就能让人理解到，这种民俗文化存在的意义，其实寄托着人们的情感联系。”这种“水到渠成”式的煽情，让“货品”背后蕴藏的百态人间，有个扎实的、让观众可以共鸣的落脚点。

细观之下，还能在分集的标题中看到创作组更为柔细的“小巧思”。纵看几集的题目，如《美学大卖场》《舒服供应链》《治丧救助站》，能在其中感受到一丝不易察觉的“错位感”。陈英杰说，这是节目组想要表达的荒诞又趣味的点，这些看似微乎其微的“小设计”，都是“百万文案”诞生背后的冰山一角。

回看导演陈英杰及其团队的创作历程，似乎总将目光投射到“边角碎片”般小人物的身上，将他们的海海人生诉说得动情而美妙，将他们身上最宝贵的品质描述得真诚而闪光。

也许，他们只是沉浮时代中的“毛细血管”，是凡尘俗世中的匆匆旅客，是生活中最不起眼的一群人。可在纪录片的镜头之下，他们奏起生命最肆意的乐章。他们的故事，也成为了万千世界里平凡人的缩影和折射。

在《这货哪来的》评论区中，曾有一条高赞的评论，写出了大多数人的心声：“镜头里的大家都活得好用力，即使最不起眼的，一旦被凝视和探究，也有江河与湖海。”

华西都市报·封面新闻记者 李雨心
实习生 王邵佳