

内容本身：“以前的剧本更多反映普通人民群众的生活。”他回忆，那个年代，戏里的人本来就长相各异，《渴望》《我爱我家》《闲人马大姐》里，有漂亮的主角，也有“灵活的胖子”。“可现在没有这么多反映人民生活的戏了，都是偶像剧、古装剧，完全吃颜值。当表达的内容单一了，角色需求也就不像以前那么丰富”，而新一代年轻人在这样的屏幕里长大，没见过“长得不那么好看的人也能当演员”，这种情况就又被放大了。

审美的收窄，从选角一路倒逼到招生。阿索说，从前艺术院校老师招生时“已经想好毕业大戏要排什么”，照着角色招进来、花四年去培养；如今招生“搞得像公务员考试一样严格”，一场三试九十九个老师打分，去掉最高最低取平均，然而——“招人的和教的人不是同一拨”。更关键的是，“现在初试全是视频，几千个考生，老师从早上8点看到晚上6点，形象不够的，划过去就没了。”他感叹，“搁在以前，你形象不好，一进来一个灵活的胖子几句话把老师逗乐，觉得这孩子很有意思，就留下了。”如今，这样的“有意思”很难挤过第一道视频关。

小佳从剧组角度印证了同样的趋势：“现代青春戏，肯定形象好、高大帅的有优势；漂亮女孩、有气质的有优势。但特别路人长相的那种，除非演技特别好，否则很难出来。”他并不讳言偶像剧、古偶剧“就是要形象好、帅的，数据好、粉丝量高的”，只是他也强调，质感电影、刑侦戏“要的是路人长相，但戏要好”。本来两类需求并存，却在流量至上的天平上，被压向了同一端。

不过，市场里也有人把审美重新拉回“角色”本身。小花对《新民周刊》表示，商业音乐剧选角“要求真的很全面”——脸、眼缘、形体、唱功一项都缺不得，团队会尽量综合评估，避免“一言堂”，让优秀的年轻演员也能有机会被观众认识。

易菲则给出一个冷静的判断：“主要还是跟着角色走。”她提醒说，今天的演员本身已高度专业，院校选拔早已不只看“好看”，还要“有记忆度和辨识度”——独立女性感、甜美型、温婉型各取所需，“因为一部电影就100分钟，你必须在形象和气质上跟角色贴合，观众才能迅速接受”。她认为通路并未被堵死，“导演永远想要新鲜面孔”，比如《给阿嬤的情书》，因为方言的因素，就能让剧组把选角范围锁定到一个地方。

看不见的四道信息差

在易菲看来，比审美更决定命运的，是一道道“看不见的信息差”。她把它分成四层——

第一层是需求信息差。演员试戏往往只能在极短时间内完成，他只能去揣测导演“以往喜欢什么类型”。“就像看招聘广告，上面写着‘有组织能力、有抗压能力’，你只能从字面理解，那些隐性偏好你根本掌握不了。”

第二层是机会渠道的信息差。“演员这个圈子神秘而又封闭，很多角色并不公开招聘。”热门角色常常在内推和口头传播中就被消化，“等你在网上看到组讯时，最核心的名单已经锁定得差不多了”。至于成熟热门项目，“导演心里早有人选，不太需要大规模试戏”。

第三层是决策链的信息差。被拒绝的演员，大多处在一种“静默淘汰”里。“剧组不会通知你，很多人没选上，还反省是不是自己状态不好、没发挥好。”可真实原因常常无法启齿——也许他演得很好，只是“没有另一个演员粉丝多、商务代言更被认可”；也许是“片酬超出了预算”，也许只是“对手戏的另一位搭档觉得跟他没火花”。这些，演员很难完整知晓。

第四层是自我定位的信息差。“一个演员演活了某个悍匪，之后就会不断有同类角色找上门，虽然他想拓宽戏路，但过往履历已经固化。”易菲说，演员自我认