

32亿!2月全国票房创纪录

过度娱乐化成隐忧

32亿!这是刚刚过去的2月份全国电影票房数字,2012年2月份也因此成为有影史以来中国票房首个过30亿的月份,此前单月票房最高的是2012年12月份,当月票房在《泰囧》引领下达到25.6亿。2月份32亿的票房数字,也几乎相当于2007年全年的电影票房数字(33.2亿)。

但这个创纪录的票房数字,让人喜忧参半。

本报记者 倪自放

树行业标杆

影市再现商业大片

32亿元票房,得益于春节档的井喷。数据显示,2月1日至25日的25天中,有14天实现了单日破亿元,还有3天实现了单日破2亿元。相比于以往春节档的一片独大,今年春节档的最大特点就是多部影片同时发力。《西游记之大闹天宫》票房超10亿,《爸爸去哪儿》接近7亿,《澳门风云》票房超5亿,就连和上述大片同期上映的中小成本片《前任攻略》,也凭借较好的口碑收获了1.26亿的票房。

在春节档百花齐放的氛围里,收获10亿票房的《西游记之大闹天宫》,堪称近年来难得一见的按照好莱坞类型片方式打造商业大制作,也是中国电影重回商业大片的标杆性作品。尽管《西游记之大闹天宫》在剧情方面受到部分吐槽,但该片的制作确实是国产电影迄今的最高水平,全片有两千多个特效镜头,98%的特效场面制造出了一种视觉奇观。当然,该片的特效与A级制作的好莱坞大片相比差距比较明显,但别忘了,《西游记之大闹天宫》投资是3亿多人民币,《阿凡达》是5亿美元。

过度娱乐化

烂俗噱头不能一直用

在32亿的高票房下,大部分取得数亿票房的影片,质量却令人担忧,有网友吐槽说,《西游记之大闹天宫》除了有点特技,剧情乏善可陈;《北京爱情故事》,一个个老套的故事除了最后一个略有看头外,不过是借着同名电视剧对《爱情麻辣烫》的模仿;至于《爸爸去哪儿》,是综艺节目的套拍,说是电影都过于抬举。

过度娱乐化,这是2月份商业电影得到的评价。如今的内地电影市场,更像是曾经的香港。在上世纪八九十年代,香港的商业片无论拍摄速度还是票房数字,都昭示着香港电影市场的繁荣。可是高度娱乐化的背后是对电影资源和观众资源的严重透支,这也是导致香港电影一蹶不振的最主要原因。现在市场上的电影,像《西游记之大闹天宫》那样四年磨一剑的佳作还是太少了,多的是营销手段的胜利,“《爸爸去哪儿》得益于同名电视栏目的品牌影响力,《北京爱情故事》也因同名剧版作品的影响力收获颇丰,但这样的噱头只能用一次,中国电影现在比较多的还是一锤子买卖。”

偷票房隐忧

中国影市的水太深了

不断增长的银幕数,无疑是单月32亿票房的最大推手。统计显示,截至2013年底,中国的银幕总数已经达到1.8万块,仅去年一年增长的银幕数就等于整个法国的银幕总数。这些银幕数的增长,大多来自二三线甚至四线城市,2013年全年票房的7成来自二三线城市,二三线城市的迅猛增长,是中国电影票房增长的一大特色,电影业内外有一种说法:小城和乡镇观众的品位主导着中国电影。

中国电影发行放映协会和中国电影制片人协会2月26日对15家三线城市偷票房影院的处罚通报,也证实了目前中国影市不仅

仅是“品位”有待提高,用一位业内人士的话说,“中国影市水太深了。”也就是说,作为中国影市票房增长最快的三线城市,其电影市场相当混乱,这必将成为中国电影健康发展的一大障碍。

有不愿透露姓名的院线人士告诉本报记者,《爸爸去哪儿》是今年春节三线城市影院“偷票房”的最大受害者。“《爸爸去哪儿》的最低票价较低,合家欢的内容也非常适合三线城市影院,但这些都影城偷票房成风,双系统售票、手写票甚至不出票放映比较多,制片方分成损失很大。”这位院线人士说,“这些三线城市影院偷票房明目张胆,地方主管部门管理不严,严重损害制片方的著作权,有些制片方已经表示不敢在这样的三线城市影院发行电影了。”

泰山文交所版画

平台面世

首批290幅版画成功发售

本报济南3月2日讯(记者 马绍栋) 记者从山东泰山文化艺术品交易所股份有限公司(以下简称“泰山文交所”)了解到,该所国内首创的版画电子交易平台日前正式面世,首批来自阿鸽的290幅版画作品成功发售。业内人士表示,这是自2013年国务院清理整顿各类交易场所后首家交易所产品发布,创新了多项交易规则,对创建培育全新的艺术品投资市场,增加社会投资渠道,助推文化产业与金融结合意义深远。

本次交易平台首批发售的版画作品有:阿鸽之版画《藏族女孩》、《藏族姑娘》、《飘动的长裙》、《墨韵》、《揩水的泽仁拉姆》,版画发售通过泰山文交所网站交易平台进行,申购时间为2014年2月24日至2014年2月28日。泰山文所在上市版画的真伪上承诺保真,在发售价格的确定过程中通过多重机制制衡,避免作品溢价上市。本次产品折价发售价格均为3万元,版画申请发售数量共计290幅,发售总额为人民币870万元。

华策电视剧

年产超千集

本报讯(记者 倪自放) 华策影视日前连发两个公告,宣告从去年开始运作的两大收购项目正式完成。在以1.04亿资金收购北京合润德堂文化传媒有限公司(简称合润传媒)20%股份,以及完成对克顿传媒100%股权的过户手续及相关工商登记后,华策影视以年产超过1000集电视剧的能力,成为电视剧行业的第一。

业内第一的华策收购业内第六的克顿传媒在业界影响深远,这桩文化传媒板块最大的并购,不仅使华策影视成为国内电视剧行业中首家市场占有率超过10%的公司,生产规模扩大到年产电视剧1000集以上,更在电视剧制作方式上与国际接轨。

马年春来马上唱 马到成功梦成真

2014·一品景芝

山东青少年歌手大赛

大赛宗旨: 打造并推出齐鲁演唱新星,丰富青少年文化生活,展示青少年艺术才华,为省内外青少年声乐爱好者提供交流学习和提高的机会,给专业歌手及专业院校学生搭建起展示才华、实现梦想、走向成功的舞台。

主办: 齐鲁晚报 山东省音乐家协会 **特别协办:** 山东景芝酒业股份有限公司

比赛分组: 民族专业组 民族业余组 美声组 通俗组 少年组 儿童组 幼儿组

参赛条件: 面向山东省内外,年龄5---35周岁,有一定演唱基础的声乐爱好者,专业声乐演员、学生。

比赛时间: 3月22日 23日 29日 30日 **报名时间:** 即日起至3月20日

报名咨询电话: 15866606966 0531-85193052 **网上报名:** 登陆www.qlwbyst.com点击在线报名



中国白酒芝麻香型创造者

一品景芝·国标芝香

·国家地理标志保护产品·中国白酒芝麻香型代表·中国名特白酒国家标准样品·山东白酒首个省长质量奖·中国白酒芝麻香型国家标准起草者



山东景芝酒业股份有限公司
SHANDONG JINGZHI LIQUOR CO., LTD.

全国招商热线: 0536-4908899 | 全国服务热线: 400-621-7779 400-168-7779