

## 全省“文艺精品工程”表彰座谈会举行

## 电视剧《父母爱情》等获特别奖

本报讯(记者 师文静) 10月16日下午,山东省第十一届精神文明建设“文艺精品工程”表彰座谈会在济南举行,传达学习习近平总书记在文艺工作座谈会上的重要讲话精神,表彰获奖先进集体和优秀作品,安排部署文艺精品创作工作。

会议指出,要认真学习领会习近平总书记在文艺工作座

谈会上的重要讲话精神,切实增强做好文艺工作的使命感和责任感。全省宣传文化战线和广大文艺工作者要坚持以人民为中心的创作导向,坚持以社会主义核心价值观为引领,坚持把社会效益放在首位,社会效益和经济效益相统一,坚持传承和弘扬中华优秀传统文化,坚持以健康的文艺评论引导文艺创

作,推动文艺精品创作产生全面繁荣。

会议要求,要加强对文艺工作的组织领导,以提高文艺创作组织化程度为突破口,加强对文艺创作生产的统筹规划,以重大精品创作工程为龙头,完善工作机制,强化政策支持,加强文艺人才队伍建设,锐意进取,改革创新,多出精品、多出人才,共同谱写我省文艺

事业繁荣发展新篇章。

会上,省委宣传部决定,授予中共青岛市委宣传部、中共济南市委宣传部等12个单位“组织工作奖”;授予电影《世界屋脊的歌声》、电视剧《父母爱情》、戏剧《红高粱》等6部作品“特别奖”;授予《瑞蚨祥》我和我的伙伴》永远的新娘》咱所的兵哥哥》等共87部作品“优秀作品奖”。

## 《蓝色骨头》首映 崔健再现经典摇滚



本报讯(见习记者 刘雨涵) 崔健执导的电影处女作《蓝色骨头》14日在北京工人体育馆举行了首映礼。导演崔健、主演倪虹洁、尹昉、黄幻等主创出席,著名导演徐克、宁浩、李少红、高群书等影坛大腕也亲临现场助阵。1986年崔健在北京工体演唱的《一无所有》成为中国摇滚乐开启的标志,时隔28年,崔健重返工体举行自己电影处女作的首映礼,并且献唱了自己的经典曲目。

在当晚的首映礼上,崔健携乐队以一首《不是我不明白》开场,瞬间点燃了全场气氛,接下来更是高潮不断。一向以温婉形象示人的主演倪虹洁,此次勇敢地挑战了自我,她演绎了崔健改编版的《新长征路上的摇滚》。作为崔健多年挚友的姜文,则特别制作了一段视频作为首映礼的彩蛋。他从二人早期合作的作品《太阳照常升起》回忆起,用最特别的方式完成了对好友作品的祝福。

## 明星版越剧 《孔雀东南飞》来济



本报讯(记者 霍晓慧) 被誉为中国版“罗密欧与朱丽叶”的越剧明星版《孔雀东南飞》即将在26日登上历山剧院舞台。明星版越剧《孔雀东南飞》由绍兴小百花越剧团联合绍兴市演出公司共同打造,是继明星版《梁祝》、明星版《五女拜寿》之后制作的第三部“明星版”剧目。

越剧明星版《孔雀东南飞》汇集了当今越剧最具人气的各大流派和越剧舞台上最优秀的演员以及国内一流的创作队伍。吴凤花、吴素英、李敏、陈飞、陈雪萍、张学芬等国家一级演员、梅花奖演员等国家一级演员、梅花奖演员担纲主演,这些越剧界鼎鼎大名的人物都会在这版《孔雀东南飞》中一一亮相,届时5位以上国家一级演员和“梅花奖”获得者将联袂带来精彩表演。

## 景德镇·济南陶瓷 绘画交流展举办

本报讯(记者 霍晓慧) 由山东省文物收藏与保护协会、山东省文物局、山东省博物馆、济南市文物收藏与保护协会、山东省文物总店主办,山东电视台体育频道《艺术大观》栏目组和济南象上文化传播有限公司承办,中国济南大师光补车漆快修体验中心冠名,济南太阳金店赞助的“千年瓷韵 陶醉济南——首届景德镇·济南陶瓷绘画交流展”,将于10月12日在山东观众美术馆开幕。

此次展览汇聚景德镇与山东省最具市场价值与升值潜力的艺术家:王锡良、余少石、喻明福、程飞、冯祥、江长峰、刘德功、黄海根、魏庆立、韩斌、李兴杰十一人作品六十余件(幅)。

## 《黄金时代》票房折戟

## 大数据忽悠不了电影观众

刚刚过去的国庆电影档期,收获了超过10个亿的票房,但此前号称国内首批众筹电影之一、关注度指数爆棚的电影《黄金时代》,上映超过10日,票房却只有4000多万,票房收入不仅远低于该片7000万左右的投资,更远低于百度对其票房预测(2亿至2.3亿元)。一部关注度爆棚的电影,为什么票房惨败?

本报记者 倪自放

## ◎电影众筹泡沫

## 目前还只是营销手段

从投资角度上讲,《黄金时代》被打上了众筹的印记。所谓众筹拍电影,就是大家凑钱拍电影。

百度众筹平台“百发有戏”的首个影视理财产品《黄金时代》于9月底上线,呼吁支持者一起创造票房神话,并邀请支持者分票房。“百发有戏”将《黄金时代》票房情况分为“低于2亿元、3亿元、4亿元、5亿元、6亿元、高于6亿元”六档,分别对应年化收益为8%、9%、10%、11%、12%、16%,票房越高,收益越高。不到两分钟,有超过3300人付款,最终募集超过1800万元。

作为众筹产品的《黄金时代》的票房没有火,原因何在?有业内人士认为,“众筹能吸引更多走进影院”是个伪命题。“我们首先要弄清楚,抢购上述众筹产品的到底些什么人?据我的判断,其中的多数都是该部影片制作团队的粉丝。就是说,无论拍摄方推不推众筹产品,他们都会去看这部电影。至于其他人,你推众筹也好,不推众筹也好,他们都不会对这部片子产生过多关注。就算是参与众筹的粉丝们去游说推动,实际效果也是十分有限。”

按照互联网大佬们的说法,国内众筹的最大作用不是集资,而只是一种营销。百发有戏最终卖出了1800.236万元,总计3301人参与。按照8%的收益率算,最终用户得到的收益总计约72万元。相对于以亿计的电影拍摄成本,以及以千万计的宣发成本,72万可谓很小的宣发构成。

对于普通投资者来说,电影众筹也不是什么好的投资产品,因为众筹有投资金额的上限(百发有戏10000元,娱乐宝2000元),8%的收益率,超过半年的投资时限,电影众筹,并没有宣传中的那么美好。

## ◎大数据陷阱

## 关注度不等于买票观影

作为一个产品,《黄金时代》票房远低于预期,参与众筹的网民没有赚到钱,但起码不赔钱,赔钱的是出品方。但各方不解的是,《黄金时代》从上映到现在关注度一直超高,为什么票房惨淡?

在百发有戏的发布会上,百度大数据部产品规划负责人祖峥介绍了百度票房预测产品,通过百度搜索数据、新浪微

博数据以及10年来电影行业数据,同类电影数据等,以及电影受众分析,预测《黄金时代》票房将在2亿至2.3亿之间。

大数据,这是目前许多电影人爱挂在嘴边的词语,但这一次,大数据狠狠忽悠了一把《黄金时代》。中关村大数据产业联盟秘书长赵国栋对此分析称:“问题可能在数据源、算法上。比如选取微博上的评论不具有代表性,或者有人刷评论,再或者人群分类选取不准确。但是反过来,不要神化大数据,以为大数据事事可以未卜先知,不是这样的。”

业内专家表示:“应该辩证去看百度指数,它代表的是关注度,不代表转化。”也就是说,一个观众关注了这一现象,并不代表他要买票观影。

## ◎题材硬伤

## 不要与文艺片谈高票房

除了投资和营销领域,《黄金时代》票房折戟的根本原因,被认为是其自身的题材硬伤。民国女作家的往事这样的题材,决定了《黄金时代》的文艺片定位,而片中故事片叙事与纪录片讲述的穿插,则更是艺术片的表现形式,挑战了观众的观影习惯,三小时的片长,更让这部电影在排片时不占优势。正如受访的一位业内人士所言,“艺术片就不是以大众市场作为成本回收的方式的,产品本身不是为市场去准备的,做的就是个拧巴的事。”

《黄金时代》此次在市场上的雷声大雨点小,让记者想起此前在上海电影节上的一次论坛,论坛嘉宾有星美董事长覃宏和华谊总裁王中磊,当时覃宏自嘲说,自己是反面典型,因为他投资的《王的盛宴》赔钱了,而王中磊安慰他说,“文艺片是可以投资的,只是《王的盛宴》这样的文艺片投资太大了。”

巧合的是,《黄金时代》的主要投资方依然是覃宏的星美,并且是投资超过7000万的文艺片,而文艺片的投资上限,业内认为一般是2000万至3000万。即使是市场表现尚好的《白日焰火》归来,票房也远不是如一般的商业片那么好,而且《白日焰火》归来》在市场营销上,前者主打犯罪爱情片这样的纯商业片包装,接地气,后者主打“张艺谋巩固再牵手”这样的大噱头,主打明星牌,已经摒弃了一般文艺片的营销手段。

