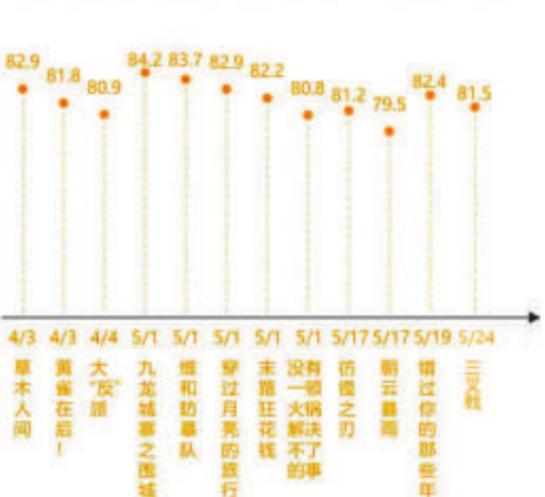


5月多部新片上映预热暑期 《三叉戟》获观众“满意”评价

2024年4-5月调查影片满意度概况 (按上映时间)



本报讯 中国电影观众满意度调查结果显示,5月17日-19日上映的三部影片中,爱情片《错过你的那些年》满意度以82.4分领先,两部剧情片中《彷徨之刃》满意度81.2分,《朝云暮雨》未能获得“满意”评价。

5月中旬调查的这三部影片都为IP改编作品,与2023年同期调查的影片相比,《错过你的那些年》居五部影片第一位,《彷徨之刃》《朝云暮雨》排名相对靠后。

《错过你的那些年》改编自网络游记《青春18×2日本慢车流浪记》,同时也是张震首次担任监制的电影作品,

影片诠释美好初恋,满意度与今年2-3月调查的另外两部爱情片(《被我弄丢的你》82.7分、《还是觉得你最好2》82.4分)基本相当。

《彷徨之刃》改编自东野圭吾同名小说,在2017年以来都改编自同一个作家的四部影片中,《彷徨之刃》满意度居于中间水平,低于《嫌疑人X的献身》,但比《解忧杂货店》和《回廊亭》分别高出0.8分和0.9分。张国立执导的《朝云暮雨》改编自真实故事《穿婚纱的杀人少女》,范伟搭档周冬雨的主演阵容形成一定观影期待,满意度综合表现一般。

从满意度三大指数来看,《错过你的那些年》均表现领先,观赏性、思想性和传播度得分分别为82.7分、81.1分和83.7分,也是三部影片中唯一一部三大指数都超80分的影片,影片讲述青春爱情的遗憾和美好,与“520”观影氛围相契合。《彷徨之刃》观照青少年犯罪这一社会议题,与东野圭吾其他侧重悬疑氛围感的改编作品相比,《彷徨之刃》更注重展现在现实中交织着法与情的挣扎与彷徨,三大指数中以观赏性表现较好,得分81.7分。《朝云暮雨》聚焦刑满释放人群的生活处境,影片观赏性超80分,但对主题传达不够深刻,思想性和传播度均相对偏低。

5月24日公映的经济侦查题材的动作片《三叉戟》满意度81.5分,在4-5月周末档调查的7部影片(不含“五一”档)中排第四位,居中间水平。

从三大指数来看,《三叉戟》观赏性、思想性和传播度分别为81.4分、81.4分和82.2分,在7部影片中,《三叉戟》思想性、传播度高出均值0.3分、1.0分,均居第三位,影片的经侦反黑主题得到观众认可,IP剧版改编在先且主创气质与影片契合度高,具备一定的用户讨论和传播基础。

在普通观众评价体系中,影片传播方式、精彩对白得分均超87分,主要演员的表演得分84.1分,但新鲜感、不枯燥指标得分未能超过80分。在专业观众评价体系中,影片传播方式超80分,主要演员的表演、健康积极的价值观念得分均超74分,其中主要演员的表演得分高出7部影片均值1.1分。

(影子)

电影频道与塞尔维亚电信签订合作备忘录

本报讯 日前,电影频道代表团到访塞尔维亚电信贝尔格莱德总部,电影频道副主任马佳与塞尔维亚电信CEO弗拉基米尔卢契奇签署了合作备忘录。双方将秉持互利友好的原则,在优势互补的领域开展合作,包括两国影视行业信息交流和节目交流等。

作为习近平主席5月8日访问塞尔维亚后,第一个到访塞尔维亚的中国电影代表团,电影频道代表团此行主要任务是承办“2024塞尔维亚中国电影周”。

该电影周由国家电影局和中国驻塞尔维亚大使馆及塞尔维亚文化

部主办,在塞尔维亚首都贝尔格莱德及第二大城市诺维萨德展映《封神第一部:朝歌风云》《消失的她》《八角笼中》《长安三万里》《我爱你》五部类型多样的中国电影。

电影频道此次到访的塞尔维亚电信,是东南欧地区最大的视频和电视内容生产商,其数字电视覆盖塞尔维亚、克罗地亚、波黑、黑山、北马其顿及科索沃地区,覆盖受众人数约为2000万,其制作的电视节目和电影已成为西巴尔干地区高质量和现代标准的代名词。

电影频道曾经播出过许多经典的塞尔维亚电影,《牛奶配送员的奇

幻人生》《爱情来得不准时》《与狼为伍》《彼得一世》……在世界阿尔茨海默病日,其还播出过塞尔维亚电影《没有台阶》。其中,以《牛奶配送员的奇幻人生》播出频率最高,逢播出都让网友意犹未尽。

中塞两国有着跨越时空的深厚情谊。作为国家主流电视媒体和电影投资机构,电影频道此次到访塞尔维亚电信贝尔格莱德总部,肩负着推动中国电影走出去的使命。塞尔维亚中国电影周的成功举办,见证了中塞文化交流的重要时刻,也为当地民众了解中国的繁荣发展和中国电影业的多样性提供了窗口。

(花花)

“首艺联 扬帆计划”扶持影片《再会长江》全国热映

本报讯 由竹内亮导演的纪录电影《再会长江》已于5月24日登陆全国院线。该片在导演充沛的情感推动下,用细腻、精致的镜头,刻画了长江沿岸的丰富多姿风土人情与百姓的寻常生活,给观众带来了情感上的共鸣。影片上映后备受好评,豆瓣、猫眼、淘票票平台评分分别达到8.3分、9.6分、9.6分。

作为“中国女婿”的竹内亮导演,曾经拍摄、制作向日本介绍中国的纪录片节目《我住在这里的理由》,累计播放数量超过6亿次,还拍摄了《走近大凉山》《华为的100张面孔》等不同题材关注寻常人的生活作品,影像风格真实、自然。

《再会长江》的缘起本是导演竹内亮的一个“遗憾”。2011年前,作为资深导演竹内亮在为NHK(日本广播协会)拍摄纪录片《长江天地大纪行》之时便对中国产生了深厚的感情,十年后,已迁居中国定居南京的他,为了弥补前次未能拍摄到“长江源头的第一滴水”的遗憾决定再次为长江拍摄纪录片,于是他踏上了6300公里的长江之旅。从入海口的上海开始一路向西,途经南京、武汉、重庆、泸州等城市以及众多偏远的村落,最终抵达长江之源沱沱河。沿岸壮美的自然风光、

社会风貌以及10年的发展变迁都被镜头捕捉下来。

该片由江苏省电影集团有限公司、南京和之梦文化传播有限公司、张家港市金农联文化发展合作企业、华夏电影发行有限责任公司出品;华夏电影发行有限责任公司发行;“北京电影”板块单位北京新影联影业有限责任公司与江苏电影股份有限公司、上海淘票票影视文化有限公司、大象点映(上海)网络技术有限公司、天津美禾电影发行有限公司等单位联合发行。

作为北京市属国有院线企业,新影联影业(院线)始终践行电影文化企业的弘扬主流价值、引领大众审美的社会职责。自2018年起运营由中共北京市委宣传部、北京市电影局、北京演艺集团主办的北京地区艺术影片常态化放映项目首都之星艺术影院联盟(“首艺联”),通过主题影展、影片长线放映、点映等形式,使一批思想精深、艺术精湛、制作精良的影片有了与更多观众谋面的契机。针对商业放映处于劣势的纪录类型电影,“首艺联”也通过策划纪录类型影片影展与将纪录片融入到影展活动中等形式,使20余部优秀纪录电影呈现在影院之中,让观众感受纪录类型电影的独特魅力。

(影子)

2024财年 阿里影业参与出品、发行影片超60部

本报讯 近日,阿里影业发布2024财年业绩,受益于电影和演出行业的蓬勃发展及业务结构的多元化布局,截至2024年3月31日,阿里影业实现收入约人民币50.36亿元,同比增长44%;经调整EBITA连续4年实现盈利,盈利约人民币5.04亿元,同比增幅61%,继续保持强劲盈利势头。

业绩公告显示,2024财年,电影投资制作及宣发收入约人民币20.72亿元,同比增长69%;电影票务及科技平台收入约人民币9.2亿元,同比增长76%;IP衍生品及创新业务收入约人民币10.53亿元,同比涨幅9%。业绩公告指出,2024财年,阿里影业继续稳定线上平台业务优势,以创新科技作为驱动力,深耕内容领域,向行业输出正能量的文化内容,同时积极优化运营策略,取得业务的突破及发展。

在电影投资制作及宣发方面,阿里影业一方面通过获取更多投资与主宣发项目储备,以覆盖重要档期和头部项目,保证基础收益率;另一方面,积极拓展自制与自制能力,逐渐形成厂牌影响力,从而形成具有高爆发力的高收益电影投资组合,进一步提高内容投资业务的利润率。报告期内,阿里影业共参与出品、发行影片超60部(其中主宣发项目近30部、自制及合作项目6部),其中《孤注一掷》

《消失的她》《热辣滚烫》《飞驰人生2》《熊出没·逆转时空》《长安三万里》等十五部影片进入同期票房前20,累计票房占总票房超60%。

与此同时,电影投资制作待映项目超50个,版权及开发项目超30个,《封神第二部》《东极岛》《群星闪耀时》《无悔追踪》《镖人:风起大漠》等多部优质影片将根据市场情况陆续上映或在逐步推进中。

在加大自制同时,阿里影业还不断强化主宣发身份,持续增强投资及发行服务的核心能力,凭借成熟的发行团队与完善的宣发体系巩固宣发优势。报告期内,阿里影业推动了影剧IP的宣发联动,阿里影业参与出品的春节档电影《飞驰人生2》与阿里影业自制、优酷独播的《飞驰人生热爱篇》在宣发端实现了IP热度叠加,助力优质IP在电影和剧集领域跨界共振。

为了进一步提升电影内容的制作和IP开发能力,阿里影业还启动了外部制片工作室合作计划,旨在向行业输出更多高质量精品电影内容。同时报告期内,阿里影业还发起了“海纳国际青年导演发展计划”,邀请张艺谋、黄建新导演及江志强制片人作为主导师为市场培养青年导演,目前已招纳20位优秀导演,逐步在推动影视项目合作。

在电影票务及科技平台方面,淘票票联合大麦进一步优化淘麦

VIP会员体系,线上推出淘麦VIP热门电影和演出的优先购及各类优惠,线下打造会员快速通道、明星见面会等权益模式,为会员带来了更好的消费体验,会员数量稳中有升,其中高频黑钻会员超200万;云智继续保持出票影院数量第一及出票人次第一市场占位,同时积极拓展海外业务,报告期内,已与中国澳门和东南亚其他地区影院签订合作协议,为后续更多其他国家和地区的市场开发奠定了基础。

值得一提的是,2023年11月30日,阿里影业完成了对大麦的重大收购。此次收购进一步扩充了阿里影业的业务赛道,巩固了其在线下娱乐领域的规模优势,提升了整个集团的竞争壁垒。业绩公告显示,报告期内,大麦在票务代理领域占据市场显著领先优势,周杰伦、五月天、薛之谦、林俊杰、张杰等演唱会头部项目覆盖接近100%,业务交易总额(GMV)高速增长,同比增幅逾500%。

市场分析师表示,当下中国线下文娱市场规模和增长趋势都在稳步回升,市场红利期正在进入下一个增长高峰。阿里影业凭借“内容+科技”双轮驱动战略稳步切中了市场起飞的引擎,叠加对大麦的收购,未来,阿里影业集团赛道格局将进一步拓宽,业务增长引擎更加多元,商业效能也将加速迸发。

(赵丽)

“创建人类文明新形态视野下的国家战略性影像创作与传播研究”项目推进会举办

本报讯 近日,“国家战略性影像历史、现状与未来”学术论坛暨国家社科基金艺术学重大项目“创建人类文明新形态视野下的国家战略性影像创作与传播研究”项目推进会在京举行。

本项目由北京师范大学艺术与传媒学院教授、中国视家协会副主席胡智锋担任首席专家。论坛邀请了由中国艺术研究院原副院长贾磊磊,《当代电影》杂志社社长、主编皇甫宜川,北京电影学院研究生院院长王海洲等学界专家参加会议。中国高校影视学会会长丁亚平,南京大学新闻与传播学院执行院长张红军,北京电影学院视听技术系主任陈军作为子课题负责人参加会议。

胡智锋对项目的进展以及阶段性成果进行了介绍。他梳理总结了课题组自去年10月项目开题以来所做的工作,包括完成了对中央新闻纪录电影制片厂、中国电影资

料馆、中国电影博物馆等机构的实地调研工作,与国家广电总局、中央广播电视总台等单位的领导、专家进行专访、座谈。课题组目前在权威学术期刊、报刊上已经发表了16篇阶段性成果文章。

随后,子课题负责人分别对各自课题近期研究工作作了汇报,并规划了下一步的研究方向。丁亚平表示,梳理与挖掘国家战略性影像的历史脉络对于国家战略性影像的理论与实践研究具有重要意义。程楷认为,国家战略性影像要通过共通、共情、共赏、共识来展现人类文明的共有价值。陈军认为,要重点关注新技术对影像生产与传播的影响,特别是近年来出现的人工智能技术所带来的影像革新将会是子课题未来研究的重点。张红军认为,国家战略性影像的国际传播研究应当牢牢抓住中国话语,构建中国叙事体系,关注国际传播的实际效果,以此提升国际传播的精准度。

在了解课题组当前的工作进展与状态后,专家们充分肯定了课题组成员的现阶段的研究进展与成果,同时对项目研究的框架、目标、路径以及预期成果等提出了建设性意见。贾磊磊认为,该项目涉及的命题繁多,应当特别注意各命题之间在学理和逻辑上的严密性,共同支撑项目的整体研究。皇甫宜川强调,项目研究要有问题意识,要将创作与传播结合起来进而探讨国家战略性影像如何回应创建人类文明新形态的宏大命题。王海洲从观念改变、内容创新、形式赋美三个方面为课题组指出了未来研究的重点领域和方面。

胡智锋代表课题组对专家意见做出了回应,各位专家的宝贵意见切中了项目研究的关键问题,对项目的进一步深入与展开具有重要价值,课题组对专家意见表示充分认可与接受,未来课题组将以科学严谨、大胆创新的态度继续积极推进项目的各项研究工作。

(影子)

北京环球度假区“环球酷爽夏日”6月15日起焕新归来

本报讯 北京环球度假区备受期待的夏季限定主题活动“环球酷爽夏日”将于6月15日至8月18日期间再度来袭。

活动期间,全新晚场秀升级回归的环球酷爽夏日,为夏季注入无限活力与酷爽。当晚场独有的灯光特效配合漫天水花,动感激情笼罩全场,游客可以尽情在日落后的清爽温度中享受狂欢。音乐品味出众的大黄蜂将再次变身DJ,与来自照明娱乐的“小黄人”和来自梦工场动画的“阿宝”“阿历克斯”等十余位环球角色一起竞逐DJ之冠。

在好莱坞大道尽头,以全新冲浪主题雕塑作为背景的环球酷爽夏日角色见面会排场拉满。游客可在“波涛汹涌”的冲浪雕塑前,与首次换上夏日清凉限定装扮的“小黄人”杰瑞和鲍勃,以及啄木鸟伍



迪和温妮一起摆好冲浪造型,拍出酷爽感满满的夏日大片。

“环球酷爽夏日”期间,众多清凉酷爽派对“装备”同步上新,让游玩更尽兴。“小黄人”夏日狂欢系列推出小黄人宠物玩具、牵引绳等,为家里的宠物“毛孩子”们也送上充满爱意的夏日礼物。

客抢占派对“C位”;伴随《神偷奶爸4》上映,相关系列周边更让电影中的搞怪与萌趣延续到现实。来自照明娱乐的“小黄人”好伙伴系列推出小黄人宠物玩具、牵引绳等,为家里的宠物“毛孩子”们也送上充满爱意的夏日礼物。

(影子)