

广东清远市清新区： 公益电影创新布局焕新彩 “电影+N”打造文化惠民新范式



本报讯 广东各地持续推动农村电影公益放映提质升级，清远市清新区立足本土实际走出特色创新之路。2025年，清新区农村公益电影放映实现全区覆盖，超10万群众在家门口享受到光影文化盛宴，通过放映点位科学布局与“电影+N”融合服务双轮驱动，让公益电影既扎根乡村沃土，又贴近城镇社区，成为传递文化温度、赋能乡村振兴的惠民载体。

清远市清新区的创新首先体现在放映点位的优化上。当地打破“重

乡村、轻城镇”的传统布局思维，专门抽取10%场次落地社区广场、公共广场等人流密集的城镇区域，其余场次则重点覆盖乡村晒谷场、企业园区，形成“城镇重点辐射、乡村全面覆盖”的放映网络。太和镇城东社区广场的放映现场，扶老携幼观影的场景成为常态；浸潭镇大湾岗村的露天放映，让老人带着孙辈重温“儿时光影记忆”，不同点位的放映精准匹配了城乡不同群体的文化需求。

在放映模式上，清远市清新区借

鉴农村电影公益放映服务升级思路，摒弃单一观影模式，打造“电影+N”融合服务体系，让公益电影放映走出“只放电影”的传统框架。在太和镇、山塘镇的放映点位，“暖心惠民服务区”提供消暑饮品、应急药品与政策咨询，同步开展绿色阅读、反诈宣传、“扫黄打非”科普；禾云镇将沙河鸟笼非遗展示、本土农特产品展销搬进放映现场，非遗传承人现场讲解让本土文化触手可及；三坑镇、龙颈镇则围绕防溺水、消防安全设计互动环节，

让观影成为寓教于乐的体验。这种“观影+服务+体验”的模式，让公益电影从单纯的文化放映，升级为集文化传播、便民服务、知识普及于一体的综合惠民活动。

精准服务是清远市清新区公益电影深入人心的核心密码。当地推行“群众点单、政府配送”模式，通过走访、问卷收集不同群体观影偏好：为老年人精选红色经典，为青少年引入《雄狮少年》等励志动画，为务工人员挑选现实题材影片；同时建立“优质影片库+特色内容包”，融入本土文化短片、安全生产科普视频。放映信息则通过“清新发布”公众号提前一月预告，工作人员再以微信群、公告栏精准推送，持续收集群众反馈优化服务，让公益电影真正做到“群众需要什么，就送上什么”。

如今，公益电影已成为清远市清新区乡村振兴的“文化连心桥”。青少年从励志影片中汲取奋斗力量，村民们主动参与乡村文化建设，有的成为放映志愿者，有的自发组织文艺表演配合放映，文化获得感正转化为推动乡村产业、生态、治理发展的内生动力。接下来，清远市清新区将继续深化公益电影服务创新，既要借鉴农村电影公益放映硬件升级经验，也要持续丰富“电影+N”的服务内涵，让光影力量持续照亮乡村振兴的征程。

（影子）

虎鲸文娱旗下大麦娱乐携手中影创新 星光影院点亮张北文化生活

本报讯 12月24日，“淘票票星光点点——星光影院进张北”启动仪式暨观影活动在河北省张家口市张北县公会镇幸福港湾养老社区正式启动。“星光影院”项目由虎鲸文娱旗下大麦娱乐、阿里巴巴公益与中影创新电影发展(北京)有限公司联合推动，将助力基层文化服务提质升级，为乡村文化振兴注入光影力量。

“淘票票星光点点”公益项目是大麦娱乐、阿里巴巴公益与中影创新在公共文化服务领域的一次深度融合创新。中影创新依托国家级电影内容发行放映平台，提供专业设备、优质片源与全流程技术支持；大麦娱乐发挥平台资源整合与内容优势，牵头项目开展，拓展项目内容；阿里巴巴公益则提供资源支持，阿里巴巴乡村特派员推动项目在县域层面的高效落地与长效运营。

此前三方已在浙江嵊泗、江西寻乌等地成功开展多处试点，共同构建的“公益资源导入+专业服务支撑+数字化管理”模式，一举突破了传统公益放映在片源、设备、运维等方面的瓶颈，形成了清晰权责、稳定供给、可

持续运营的合作范式，为同类公益项目提供了可借鉴的运作范式。此次落地张北县，标志着该模式正向更广阔县域推广，为乡村文化服务注入系统化、长效化运作机制。

据介绍，“淘票票星光点点”公益项目2025年在全国范围内已投放36台设备，配套超5400场影片资源。本次在张北县首批落地4台设备与约600场电影放映，覆盖多个社区场景，使当地居民在“家门口”即可享受与影院同等品质的观影服务。现场，中宣部电影局市场处处长侯霄、产业处一级主任科员孙瀛慧，张北县委副书记姜政宇、县委宣传部部长赵东升共同为四个社区授予“星光影院”牌匾。

中影创新公司代表在启动仪式上表示，此次合作不仅提供放映资源，更依托“中影内容发行放映平台”实现片源持续更新与播放管理数字化，确保星光影院的公益放映常态化、高质量运行。自此公益电影服务在张北正式挂牌启动，成为社区文化生活中滋润居民精神世界无可替代的一部分。

电影不仅是娱乐载体，更是连接



情感、传播文化、振奋精神的重要媒介。中影创新与大麦娱乐、阿里巴巴公益注重电影内容与地域文化的深度融合，期望通过银幕讲述中国故事，展现张北本地的风土人情与发展新貌。未来将继续助力星光影院蜕变为传承乡土文化、增强社区凝聚、彰显文化自信的公共空间。双方表示将持续深化合作，拓展服务区域、丰富影片供给、完善运营机制，让电

影公益之光照亮更多乡村，为推进基层精神文明建设和乡村振兴战略提供可持续的文化支撑。活动现场还观看了今年暑期档热映影片《南京照相馆》。

未来，中影创新与大麦娱乐将持续携手，将优质电影资源送达更多县域与乡村，让公益放映不断延伸、星光持续闪耀。

（影子）

超240场活动覆盖3万人 万达电影“梦想电影院”2025年公益之旅温暖收官



本报讯 12月26日，哈尔滨哈东万达影城IMAX GT双激光影厅里，《疯狂动物城2》欢快的主题曲伴随着香坊区幸福镇中心校学生们快板声响起，“梦想电影院”的2025，在哈尔滨画上了一个圆满的句号。

“梦想电影院”公益项目由万达

电影与中国电影基金会团志愿者影视专项基金联合发起。此次哈尔滨之行，由中共黑龙江省委宣传部担任指导单位。不止公益观影，活动还精心融入了浓郁的本地冰雪文化特色。特邀冰雕师现场分享冰雕技艺与知识，在光影艺术与非物质文化

遗产之间架起了一座趣味盎然的桥梁。在香坊区新时代文明实践中心的支持下，活动邀请到了非遗师傅们现场为孩子们还原了鱼皮画与面塑糖人的制作过程。幸福镇中心校孩子们带来的充满童真与活力的合唱与快板表演，让这场公益活动成为一个双向奔赴、共享快乐的舞台。

这一公益项目的发起，源于万达电影董事长兼总裁陈祉希在万达电影官方微博上偶然看到了一条来自哈尔滨的教师留言，希望能有鲜少有机会走进影厅的学生们争取免费观看《哪吒2》的机会。3月12日，“梦想电影院”正式启动。陈祉希曾表示，结合全国万达影城的地理优势与文化特点，年内“梦想电影院”公益项目将为孩子们开启100场“光影之旅”。过去的一年内，梦想电影院已超额完成目标。在全国范围内策划了超240场公益观影活动，覆盖超过30000人，联动200+学校、机构，包括特殊学校、

残联、福利院、留守儿童、消防、退役军人、救援队以及边远乡村孩子们。

走过了北京、拉萨、鸡西、兰州等全国73座城市，在2025年即将收尾的冰雪季，万达电影“梦想电影院”带着一年的积累与温度，再次聚焦于哈尔滨。以一场融合电影艺术与在地文化的特别活动，兑现了“让每一幕光，都会找到TA的孩子”的坚定承诺。

万达电影通过“梦想电影院”项目，系统性地展现了其作为行业领军企业的深厚社会责任感与文化温度。充分发挥万达影城的地区覆盖优势与丰富的文化资源，将公益行动升级为可持续、可互动、有深度的文化赋能项目。通过将顶级视听体验与地方特色文化相结合的模式，万达电影不仅为青少年打开了通往广阔光影世界的大门，更致力于播下梦想的种子，切实助力光影普惠。

（姬政鹏）

为什么这一天被公认为 世界电影诞生日？

■文/包晓

世界电影有着确切的诞生日期。130年前的1895年12月28日晚，卢米埃尔兄弟在法国巴黎的一家咖啡馆收费公开放映了《工厂大门》等10部短片。历史上，这一天既不是影像的首次摄制，也并非短片的初次放映，但也许是集齐了电影概念中的技术、艺术、商业和意识形态四块拼图，具有多重属性的齐备性和典型性，因此被公认为世界电影的诞生日。

技术层面，卢米埃尔兄弟的机器提供了当时较为完善的解决方案。

从岩壁图案的绘画到活动影像的摄制，图像一直是人类认识世界、表达自我、存储记忆的重要媒介。19世纪末，世界多地的人们在走马盘、摄影枪等基础上，发明了摄影机。1888年10月，法国人路易斯·普林斯使用自制的摄影机拍摄了《朗德海花园场景》等短片。1891年前后，美国人爱迪生及助手威廉·迪克逊发明了摄影机，并将短片通过活动视镜一次供一人观看。

卢米埃尔兄弟对电影机器的研制始于1894年。1895年2月13日，路易·卢米埃尔获得“摄取和观看连续照相试验用的机器”的专利，3月30日，机器经完善后再获专利。改进后的机器有几个特点：一是轻便易携，重约5.4千克，体积与旅行箱相仿，由手摇柄提供动力；二是兼具摄影、洗印和放映功能。由驱动装置牵引胶片间歇运动进行摄像，取下镜头，将一条底片和一条生胶片叠合通过机器，并以光源照射，可以印制拷贝，装上胶片，使光束穿过胶片和镜头进行放映；三是将帧率降为16帧，适应了当时拍摄技术水平，增强了放映画面的稳定性，也减少了胶片的使用，降低了成本，这种放映速度成为此后20多年的国际标准。其不足在于由于减少了胶片画格的孔数，影响了齿轮的拖动，每部短片的胶片一般不超过20米，放映不足1分钟，时长有限。

科技革新是催生艺术样式、创造市场需求的重要变量。卢米埃尔兄弟在众多科学家、发明家创造的基础上，向前推进了一步。改进的机器集成多项功能，效果稳定，便携性强，解决了当时电影放映的主要痛点，摆脱了摄影棚的局限，拓宽了电影的创作视野，为电影在世界各地的迅速普及奠定了基础。

艺术层面，这一天的放映与观看为两种电影艺术理念的萌发芽播下了种子。这一天，卢米埃尔兄弟的父亲安东尼邀请魔术师朋友乔治·梅里爱一同观看。梅里爱看后深受触动，随即采购设备，在巴黎郊外建起摄影棚，开始拍摄电影，并在自营的剧院放映。他以魔术师的职业素养，将景幕的划分以及服化道等戏剧方法应用于电影，并探索了停机再拍、多重曝光等拍摄手法。对于魔术与电影的区别，他认为魔术表演是在观众的注视下工作，不能犯错，而拍电影“可以不断尝试，直到做对为止。这让你的魔术可以达到更高层次”。1896年至1913年，梅里爱共拍摄了400多部电影，包括《贵妇人的失踪》等魔术片、《醉汉的梦》等喜剧片、《魔鬼庄园》等恐怖片、《月球旅行记》等科幻片，丰富了电影叙事的多样性，开掘了电影的造梦功能。

卢米埃尔兄弟摄制的则大多是身边的生活。《工厂大门》拍摄的是里昂工厂的工人下班时的场景，《水浇园丁》是顽童对园丁的恶作剧，《火车进站》记录了一列火车驶入法国小镇拉西奥塔车站的情景，此外还有《出港的船》等城市风光、《烧草的妇女们》等劳动场景等。短片中没有专业的演员，也没有戏剧的冲突，以纪实风格展现真实的魅力，开创了写实主义的创作风格。

1895这一年，卢米埃尔兄弟分别是31岁和33岁，梅里爱34岁，年龄相仿的他们以不同的艺术理念，为新生的电影探索了两条艺术发展的路径。卢米埃尔兄弟强调真实与写实，用短片再现现实世界，梅里爱认为“银幕即舞台”，追求幻想与想象，前者可称之为纪录电影的创始人，后者可称之为故事电影的先驱。藉由这两条艺术路径延伸，电影在吸收摄影、戏剧、音乐等艺术养分的同时，通过对影像、色彩、声音的思考，生发出独有的理念，持续拓展着表现的边界。

商业层面，这一天的放映显现了电影商业模式的诸多雏形。

为了降低经营风险，卢米埃尔父子为这一天的放映做了若干准备。

首先是预热造势，从当年3月机器获得专利到12月公开放映的几个月间，在巴黎、里昂等地至少做了6次定向、非公开的展示和放映，观众包括法国工业促进会、摄影协会的代表以及巴黎索邦学院的学者等。这些面向特定行业群体以及意见领袖的放映获得了反馈，扩散

了口碑，可谓电影营销的初创形态。

初步建立口碑后，卢米埃尔父子为正式的公开放映选定了日子。1895年前后，巴黎的工人每周日休息，大部分市民在周六晚间有一定的闲娱，正在形成的电力系统也保证了夜间娱乐活动的进行。12月28日是圣诞节后的周六，选择这一天的晚上放映，体现了市场导向的经营理念。这已经有了电影档期概念的影子。

地点也是影响客流的重要因素。放映电影的“大咖啡馆”在歌剧院广场附近，位于城市的中心区域。此外，咖啡馆在法国人的生活中占据重要位置，人们在这里聚会、娱乐、工作，这些都为电影放映提供了较为充足的潜在客源。目前，对于零售商业而言，地段选址与业态组合仍然是重要的考量因素。

关于商务条件，希望与咖啡馆对门票收入按照8:2分成，不设固定租金，但咖啡馆老板伏尔比尼拒绝了分成的提议，要求收取每天30法郎的房租。采用分账还是固定租金模式，取决于双方对收入预期的判断。这一物业合作逻辑延续至今，有的按照净票房分账，有的确定年度租金及增幅，有的采取两者取其高的模式。

最后，确定了1法郎的低票价。据考证，当时的1法郎可以买10个鸡蛋，乘坐3至6次公共马车，看10至20天的报纸，相当于“一顿饭的钱”。不久后，这种市场培育期的低价渗透策略发挥了作用，咖啡馆门口排起了长队，每天放映增至20场，营业收入超过2000法郎。100多年后的今天，电影依然是面向大众的文化娱乐消费。

卢米埃尔兄弟此后停止拍摄放映，回归了摄影器材的本业，但在当时既有档期选择、物业选址、商务条件的探索，也有电影营销与定价的考虑，许多逻辑和做法延续至今，促进了行业的持续发展。

意识形态层面，这一天采取的公开放映模式夯实了电影影响力基础。

与爱迪生的活动视镜单人观看模式相比，卢米埃尔兄弟将影像投射到幕布，供多人同时观看。这种面向不特定、临时集体的公开放映模式以其天然的广泛性与仪式感，建构了在电影院看电影的“渠道-内容”基本框架。1896年初，卢米埃尔兄弟聘请20多名摄影师前往世界各地进行拍摄和放映。一年多时间，摄影师们抵达了南极以外的各大洲，见证了许多国家最早的公开放映纪录，扩大了电影的全球影响力。1896年，俄国作家高尔基在看过卢米埃尔兄弟的短片后写道：“这一发明再次证明了人类意志的力量和进取心——永不停息地为解决一切和掌握一切而奋斗”，同时也注意到了电影的意识形态属性：“科学的最终目的是改善人的生活，发展人的思想。”

电影是对世界的选择性摹写，是价值观的影像化表达，既受制于意识形态，也生产着意识形态。随着影响力的扩大，电影的意识形态属性日益受到重视。实践方面，早期常有电影因有伤风化或涉及种族、宗教等原因引发社会争议，随着行业的发展，电影成为为数不多的、在世界范围内有专门法律规范的艺术形态。“一战”后，电影成为意识形态领域竞争的重要战场，美国时任总统威尔逊认为，“电影不仅要输出美国商品，更要输出美国文化。”面对好莱坞电影在全球市场的支配性地位，20世纪90年代，法国提出了自由贸易的“文化例外”原则，提倡文化多样性，时任总统密特朗说，影像创造与民族身份息息相关，一个国家如果放弃自己的表达形式，那么“很快就会沦为受奴役的社会”。在理论方面，文化霸权、文化帝国主义等领域的研究对电影进行解码祛魅，呈现背后的权力结构和利益分配关系。当前，电影领域的国际竞争日趋激烈，许多国家把发展电影业作为维护意识形态安全、提升文化话语权的重要抓手。

对于世界电影的诞生时间，曾有不同的判断标准。各种观点的背后，实际上是对“电影是什么”这一问题的不同回答。电影是技术，是工业文明的产物，是科技紧跟创新成果；电影是艺术，是灵感迸发的创制以及世界相通的语言；电影是商业，是一门收益可观的生意，是财务报表中可被精确计量的数值；电影是价值观的载体，在娱乐教化、塑造审美、增进认同等方面发挥着潜移默化的作用。

电影诞生130年来，一路跨越岭，奔涌向前。电影行业的下一座高峰是什么，电影概念的维度将如何提升？答案或许已在路上。

（作者单位：幸福蓝海影视文化集团股份有限公司）