

中国电影业进入精品之战

11月9日《“十四五”中国电影发展规划》(以下简称《规划》)于国家电影局官网正式发布,不仅提出,展望2035年,我国将建成电影强国的发展目标,同时也对“十四五”时期的重点影片创作、建设高水平市场体系、发展各类市场主体、加快科技创新、升级公共服务、提升国际影响力、加强人才培养等方面做出明确规划,点明后期的发展方向。

实施精品战略 每年票房过亿国产片达50部

从电影大国发展为电影强国,是近年来我国电影市场的重点目标,这也在此次的《规划》中再一次明确。

《规划》提出,展望2035年,我国将建成电影强国,电影创作生产能力显著增强,彰显中国精神、中国价值、中国力量、中国美学的精品力作不断涌现,以国产影片为主导的电影市场规模全球领先,电影产业体系和公共服务体系更加完善,培养造就一批世界知名的电影艺术家,中国电影在世界电影格局中的话语权和影响力大幅提升。

若要建成电影强国,具备优质内容创作能力无疑是重中之重。对此《规划》明确提

出:“十四五”时期要在电影产量保持稳定的基础上,实现质量显著提升。重点影片创作任务如期完成,多类型多题材多样化创作格局不断完善,每年重点推出10部左右叫好又叫座的电影精品力作,每年票房过亿元国产影片达50部左右。

而对于电影题材,鼓励创新创造则摆在了明显的位置,且不仅提出大力扶持科幻电影、动画电影和特种电影,还扶持具有创新意义和鲜明特色的农村、少儿、少数民族题材电影,支持纪录、科教、戏曲等各类电影发展,同时鼓励原创性作品,鼓励开发品牌化、系列化电影,积极借鉴世界电影的先进成果和经验,促进题材、类型、风格、手法、技术创新。

发挥各类市场主体作用 开发多元化市场

保证优质内容的创作,也需要健全的市场和产业体系,并充分发挥各类市场主体作用,来拓展和延伸电影产业链,从而推动电影市场持续繁荣发展。

北京商报记者注意到,此次《规划》对不同类型的电影企业分别指出了发展方向。其中,国有电影企业要深化改革,并支持国有电



影企业兼并重组、股改上市,壮大企业实力,加快发展步伐,发挥好国有电影企业在坚持正确导向、坚持创新发展、坚持规范经营、履行社会责任等方面的示范带动作用。

而对于民营电影企业,则鼓励做大做强,在公平竞争中整合资源、加快发展,同时鼓励企业参与重点影片的创作生产和宣传发行,鼓励中小微电影企业走专、精、特、新的路线,实现特色化、差异化发展。

此外,围绕深化电影发行放映机制改革,《规划》提出,支持院线公司并购重组,推动资

产联结型院线占据市场主导地位,对不符合现行准入条件的院线实行退出机制,并鼓励开展分线发行、多轮次发行、区域发行、分众发行等创新业务,促进人民院线、艺术院线等特色院线发展,实现到2025年,我国银幕总数超过10万块,结构分布更加合理。

影评人刘贺表示,电影产业的繁荣离不开各类企业向好发展;行业并不是只需要大企业,也需要小而美的企业,且每一种企业均有着自己独特的优势和定位,才能推动多类型的优质作品持续产出,满足消费者的不同需求。

抓好市场调控管理 培育新型电影消费模式

随着社会发展,各种新技术与产品相继出现,影响着人们的喜好与生活习惯,电影产业也需要围绕环境变化做出新的调整。

《规划》指出,密切关注、准确把握全球电影产业及视听科技发展趋势,积极培育新型电影消费模式;扎实做好传统院线发行,加强影片发行窗口期行业自律;积极开发二级市场和农村市场,规范发展点播影院和点播院线。

与此同时《规划》也提出,进一步开发电视、信息网络、移动终端、家庭观赏等电影消费市场;促进电影衍生品开发及授权,推动电影与游戏、旅游等融合发展,扩大电影消费规模,增加电影业整体收益;深入研究电影市场供给与需求变化,积极开展对重要档期的指导调控,推动重点电影发行企业和院线企业建立沟通协作机制,合理把控电影上映的规模与节奏,进一步提高影片和档期的票房产出效益。

“电影产业不能被自己拘束,生活与消费习惯的改变,也会给电影带来新的场景与空间,不仅能创造新消费,还能反过来推动内容的创新。”刘贺如是说。北京商报记者 郑蕊

10余部组团上线 纪录片市场悄迎“暖冬”

进入11月,纪录片来了一次组团上新。据北京商报记者不完全统计,截至11月9日,已有至少10部纪录片首映或在不同平台开播。尽管特殊时期对纪录片制播带来一定影响,但近年来政府通过发布相关政策持续推进纪录片的创作与传播,内容方也在更多题材领域探索创新,平台方则借助旗下资源让纪录片对接受众,给纪录片市场带来新的机会。

多元题材同登场

11月9日,首部贴身跟踪拍摄消防员的系列纪录片《火线救援》在多平台开播。无独有偶,由中宣部对外推广局指导,五洲传播中心、腾讯视频、探索频道联合制作的纪录片《勇敢者的征程》也正式播出。此前,贾樟柯监制的人文纪录片《背后是中国·遇见1%》在广州完成首映。

据北京商报记者不完全统计,自11月以来,全国已有至少10部纪录片或正式开播,或实现首映,且覆盖多个题材领域,既有关注度较高的美食、历史题材,也有瞄向消防、医学等特定行业的作品。此外,人文、非遗题材也包含在内。

此前上线的纪录片也在11月传来好消息。今年4月云南省一群亚洲象从原栖息地西双版纳傣族自治州向北移动事件的人文纪录片《一路象“北”》,在本月初刚刚开幕的2021年中美电影节上获得“中华文化国际传播力奖”。

电视评论人孙禹认为,纪录片不像其他类型作品汇集大量流量,但也积累了相当受众。同

时,近年来对更多题材的挖掘,以及纪录片本身的内容价值,也吸引了越来越多的关注。

市场环境带动制播求变

不可否认,当前纪录片市场也需要在制播上适应新的变化。在孙禹看来,特殊时期对整个影视行业的拍摄、制作、播出都带来了挑战,也催生了更多题材,如《武汉日夜》等瞄向特殊时期创作出的作品,当下获得了更高关注,再经由过硬的内容带动了人们对纪实类作品的认可。

同时,当前时事制作纪录片不可避免要与时间赛跑。以《一路象“北”》为例,该片根据事件紧急策划,第一时间组织摄制团队与云南前线指挥部协作而成。1300公里迂回行进,973架无人机起降,25000人次警力调动,最终实现今年8月上线,抓住了时机和市场,赢得了口碑。

对于《一路象“北”》能够受到国际社会关注,优酷纪录片中心总监张伟认为,其中一个重要原因是在刻画整个事件“正面”的同时,也呈现了不为人知的“背面”,即人与自然的关系、保护环境的意识及举措的提升、人与自然相处意

识的提升等,以国际视角讲述中国故事,客观真实展现了中国在环境保护方面所做出的努力。

集合资源推动行业发展

今年10月,国家广播电视总局公布了《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》,明确指出,推进“记录新时代”纪录片创作传播工程,紧紧围绕“十四五”重要时间节点和重大宣传主题,编制纪录片重点选题规划,建立重点纪录片选题库,重点扶持阐释新思想、记录新时代、反映新成就、呈现新气象的优秀纪录片项目。同时,要开展纪录片人才培养,着力提升纪录片创作能力;拓宽国产纪录片播出渠道,推动优秀国产纪录片播出和宣传推广。

平台方也在调动旗下资源推动更多优质纪录片对接市场。优酷纪录片后续还将推出《给我一点甜》《奇妙之城第二季》《竞技星球》《极速救援》等兼具人文关怀和精神内涵的作品;B站此前也曾透露,2021年将上线数十部纪录片。

“很多人认为纪录片是小众市场,难以获得市场青睐,但只要契合人们喜爱的题材,结合优良的制作,人们都会对作品产生兴趣,并不会在意是否为纪录片。同时,纪录片的内在价值也决定了不能仅以短期吸引大量流量作为评判标准,该类型作品能长期持续释放内容价值的特性是一些作品无法比拟的。”孙禹如是说。

北京商报记者 郑蕊

一场不寻常的“人机大战”



北京商报讯 记者 汤艺甜)11月9日,进博会已近尾声,但在欧姆龙的展位中心,众多人的目光都聚焦在一处——一个很会打乒乓球的机器人。切球、削球……这个2米多的家伙一点都不笨重。它就是FORPHEUS乒乓球教练机器人,这不是它第一次在进博会上展示自己的绝活,这一次,它又“进化”了。

吴红告诉北京商报记者,第六代的它已可以单挑两个球手了。作为欧姆龙中国总部社会解决方案本部软件开发中心的市场战略与规划经理,吴红是这台机器人的研发参与者之一。

会打球的机器人并不少见,不过,能依据对手面部、身体状态即时调整接球的机器人,可能就有稀奇了。在吴红的回忆中,FORPHEUS其实远没有现在这么灵活;这台机器人诞生于2013年,当时,我们技术的精度还不到现在的一半,一开始连球都接不到”。

是研发团队不断创新,结合工业4.0等大的市场环境因素,驱动FORPHEUS一点一点成长,最终在2016年得到了吉尼斯世界纪录的认可,荣获全球首台乒乓球教练机器人的称号。

在吴红看来,“读心术”是FORPHEUS的最大特点,核心在于传感器;它能够通过捕捉人的表情、关节信息来判定当前的状态,与人有很好的“互动”,进博会期间,它还接住了奥运冠军李晓霞的球。

“读心术”不会止步于好玩,据吴红介绍,其还可以在医疗护理领域帮助体能下降的老年人进行康复诊疗。从好玩到好用,在会打乒乓球的机器人背后,是科技对日常生活的赋能,感知人、模仿人,最后回馈人,这是科技的魅力。

欧姆龙的展位在4.1馆,也就是进博会的技术装备区,听起来似乎离普通人的生活有些遥远,但事实是,这个馆内人潮涌动,受欢迎程度仅次于食品区。

除了打乒乓球之外,这个馆内的机器人多少都有点绝活,比如写毛笔字、自动搬运货物、自动装配新能源车电池,每台精密的仪器旁边,都有工作人员耐心解释着复杂的工作原理。

ASML的展位在场馆的角落,但这并不影响大家对这家企业的好奇

心。作为全球芯片光刻机的龙头,在造芯产业日益庞大的背景下,来自荷兰的ASML也开始慢慢“出圈”。ASML展位的工作人员告诉北京商报记者,其实最新制程的芯片主要是在手机上,但占比并不是那么高,相较之下,几十纳米的DUV光刻机更成熟,在国内已经装机了上千台,在汽车等领域应用广泛。

在本届进博会期间,ASML首次通过3D裸眼视频向观众揭秘了光刻机的基本原理,无论懂或不懂,在场的观众基本看得都很入迷。

这没什么可意外的,在这个越来越数字化的、智能化的世界里,人们对机器人、光刻机的兴趣持续高涨。在SK海力士的展区,记者看到了这样一组数据,79ZB,墙上的条形图显示,今年,全球数据容量将达到这个数字。

ZB是什么概念?Zettabyte,代表的是十万亿亿字节,也就是2⁴⁰ GB,真正的天文数字。十年前,总量还是5ZB;根据预计,到2025年,这一数字将超过180ZB。

反映到现实,是无处不在的智能生活,既包括欧姆龙传感器技术对工业化的赋能,解放生产力,也有光刻机持续运转下越来越高精度的芯片,让手机运转更快。

科技是当下,也是未来。在安世半导体的展区,从引擎喷油控制单元,到汽车后视镜调节,都有精密的集成电路的身影;而在SK海力士的展区,除了对现有成熟半导体芯片技术的展示,还提到了对元宇宙、虚拟现实等新产业的研发。

这场瞄准未来的赛跑,正在将成果落地为肉眼可见的日常。而在中国市场,竞争的激烈程度正在加剧。三成左右,既是ASML在中国区业务的占比,也差不多是安世半导体的数据。前者在中国市场拥有1200位员工,覆盖从研发到设备维修,后者则在被闻泰科技收购后,新建了晶圆厂、中国区研究院,以满足供应链的需求。

不过,在落地之前,仍然绕不过那个老生常谈的问题,供应链和芯片的短缺,在记者采访中,这个问题得到了不少企业的认可;但这是需要产业链上下游整体协同的,并非一朝一夕就能解决”。

看起来,在跟上好奇心之前,科技企业们要做的还有很多。

学科和非学科一手抓 八部门联合管控校外培训广告

北京商报讯 记者 程铭劼 赵博宇)中小学校外培训广告管控再出新通知。11月9日,国家市场监督管理总局等八部门共同研究出台了《关于做好校外培训广告管控的通知》(以下简称《通知》),对做好校外培训广告管控工作做出部署。和此前不同的是,《通知》明确指出,将不区分学科类、非学科类,做到主流媒体以及公共场所等线上线下空间不刊登、不播发面向中小学(含幼儿园)的校外培训广告。回溯此前对校外培训机构的监管,管控措施往往集中在学科类校外培训领域。此次强调将非学科类纳入监管,无疑再度强化了对中小学校外培训的管控。

同时,针对现有校外培训广告《通知》要求各地各单位要集中时间、集中力量对主流媒体及其新媒体、网络平台以及公共场所、居民区等线上线下空间校外培训广告开展全面排查;清理存量、杜绝增量。”

“此次对于非学科类培训广告的限制,也是基于对目前社会环境、教育环境总体情况考

虑。”北京民办教育协会副会长马学雷在接受采访时表示,从教育的总要求来看,不管是什么类型的培训,都要尊重孩子的健康成长,不能用制造教育焦虑的方式推广机构相关业务。

从传播维度来看,《通知》明确指出,各主流媒体及其新媒体、网络平台企业、户外广告位经营管理单位等相关市场主体还要开展自查整改。相关传播平台要全面梳理在播、在刊广告,发现校外培训广告要立即停止刊播。对于未按相关要求停止刊播的,将由有关部门依法依规追究相关单位和人员责任;广告内容虚假违法且未按期自行整改的,依法从重处罚。

除了对媒体及相关网络平台的整治外,文件还要求加大对校园内及校园周边环境整治力度,查处利用中小学和幼儿园的教材、教辅材料、练习册、文具、教具、校服、校车等发布或变相发布广告的行为。

据国家市场监督管理总局披露的数据显示,自“双减”文件印发以来,市场监管部门在全国组

织开展了“呵护青少年健康成长——教育培训类广告清理整治行动”。截至目前,共查办相关违法广告案件1570件,处罚金额3060万元。

北京商报记者注意到,在《通知》发布后,校外培训机构的广告活动将被纳入对其的日常监管。从文件原文来看,文件要求市场监管部门会同行业主管部门将校外培训广告管控纳入对校外培训机构日常监管和专项检查的范围。对于违反政策规定发布校外培训广告的校外培训机构,加大对日常监管力度和随机抽查频次。

此外,校外培训广告管控还将被纳入报纸、期刊、广播、电视等传统媒体行业管理重点内容。不刊登、不播发校外培训广告也成为加强国有企业管理的工作任务之一。

从线上到线下,对校外培训广告的监管即将成为常态。值得关注的是,此后监管还将在哪方面继续收紧?对此,马学雷也表示,凡是增加家庭负担、造成“内卷”,增加教育焦虑的业务和相应广告,未来都将被纳入限制和管理之列。