尽管欧洲多个国家在2011年遭遇债务危机,但欧洲整体的电影市场仍发展平稳,其中,法国的拉动作用十分明 显。欧洲多国本土片市场占有率发生了令人欣喜的变化,较往年都有所提高。此外,欧盟国家正加快影院数字化转换 进程,在数字化改造方面超前一步的法国计划在今年全面告别胶片时代。

欧洲影业年度观察:

## 本土片增加 数字化加快

本报驻法国特约记者 梁建生

2011年,由于主权债务危机 2.16亿人次,创下自1966年以来 致使欧洲多个国家经济发展受 阻,不少行业收益下滑。但欧盟 影业整体来说所受冲击甚微,特 别是最能体现电影市场盛衰的观影 人次与2010年相比基本持平,其中 法国电影市场的贡献不可小觑。

### 市场平稳 欧债危机下法国贡献大

近日,欧洲视听观察组织公 布了对欧盟22个国家2011年电 影市场的调查报告。有关统计数 据显示,有10个国家观影人次与 上年相比有所增加,如法国2.16 亿、德国1.3亿、英国1.71亿,其增 幅分别为4.2%、2.4%、1.4%。欧盟 之外,俄罗斯的观影人次近几年的 连续增势开始停止,保持在1.65亿 人次不变; 土耳其的观影人次创新 高,同比增加3%,达到4230万人 次。另外,有12个国家的观影人次 下降,如捷克降幅为20.3%、意大 利 7.9%、西班牙 7.1%。 欧盟影院 2011年共售出电影门票9.6亿张, 与2010年的9.64亿张相比微降 0.4%,整体看来,欧盟电影市场收

益基本平稳。 欧洲国家中,原本观影人次 基数就很大的法国仍保持了较高 增幅。法国全年观影人数达到

的历史最高纪录,也就是说欧盟 9.6亿的观影人次中法国就占了 1/4强。由此可见,法国电影对欧 盟影业的影响举足轻重,如同欧 洲视听观察组织认为的那样:"正 是在法国电影市场活力的拉动 下,欧盟总观影人次才免于大幅 下滑。"不能不提的是法国本土喜 剧影片《不可触碰》对本国电影市 场的提振作用。截至目前,该片 在法国吸引观众1900多万人次, 远远超过美国大片《阿凡达》2010 年在法创下的1470万人次的观影 纪录。这部制作成本仅970万欧 元的电影创下了高达1.34亿欧元 的票房收入,而且票房神话仍在 延续。目前,已有50个国家购买 了该片的发行放映权,其影响逐 步向海外扩展。有关数据显示, 该片在德国的观影人数持续数周

荣登排行榜之首。 在政府保证投入的支持下, 法国影业已连续4年稳步增长,即 使在欧债主权危机日益加剧的 2011年,电影产业仍继续保持强 劲增势。全年共生产制作影片 272部,比2010年多出11部;高达 2.16亿的观影人次纪录明显超出 过去10年来1.9亿的全法影院年 均人次。约有66%的法国人一年

至少观看5场电影,94%的人至少 去影院观看过1场电影。另据法 国电影海外推广署统计,2011年, 法国共有450部影片在海外放映, 吸引观众6500万人次,取得了4 亿多欧元的收入,同比增长10%。

### 本土片发力 半数国家占有率上升

近年来,为减弱美国文化的 影响,欧洲国家采取了一些措施 保护本土影片的发展环境。例 如,一些欧盟成员国通过设立标 准,规定电影院放映非欧洲本土 影片的最高比例,法国的这一标 准为40%。此外,他们会引进较 小比例的美国影片以满足消费 者需求,在法国,每张由法国影 院售出的电影票的一部分收入, 都会用于资助法国电影制作。 除这两种方法外,欧洲国家还互 相开放市场,形成一个松散的 "非美电影集合体",促进本土电

2011年,欧盟多个国家的本 土片市场占有率发生了令人欣喜 的变化,包括法国在内的14个国 家的本土片市场占有率比往年都 有所提高,如意大利由31.9%上升 至 37.5%、英国由 24%上升至 36.2%、波兰由 14.4% 上升至

30.4%、丹麦由22.3%上升至28%。 法国表现最为明显,本国电影在 国内市场所占份额由2010年的 35.7%上升至41.6%,全年本土影 片吸引观众8960万人次。

### 数字银幕占半数 法国率先告别胶片时代

此外,据有关部门统计显示, 欧盟国家正在加快影院数字化转 换进程,欧洲共有1.85万块数字 银幕,目前50%的银幕实现了数 字化。其中,2D银幕的增长成 为推进数字化的强大动力。欧 洲一些院线都将精力投入到更 大范围的影院数字化上,而不再 一味进行3D升级,全数字化进程

国超前一步。据统计,2011年,法 国数字银幕的数量增加了一倍, 发展到3618块,电影院线放映数 字影片223部,全年80%的票房来 自数字影院。目前,法国数字银 幕占全部电影银幕的2/3。法国 电影中心主席盖航渡曾对外表 示,全面告别电影胶片时代,所 有影院实现数字化是2012年的

法国数字影院的快速增长得 益于政府的大力支持。2010年9

月,法国政府颁布了《数字影院改 造投资法》。根据此法令,政府从 电影发行商经营利润中征缴数字 电影发行税,专门用于资助影院 数字化改造项目。去年5月,法国 文化部部长密特朗和能源部部长 埃里克·贝松、投资署总专员勒 内·里科尔共同与相关电影公司 签署了电影作品数字化投资框 架协议,计划斥资1亿欧元,用 于完成1万部电影的数字化处 理。进入首批数字化处理计划的 是 2500 部 1929 年以后出品的影 片,这些影片被认为是法国珍贵

电影院数字化升级改造和电 影数字化处理完成之后,随着越 来越多的影片采用数字技术进行 制作,电影将迎来全面数字化时 代,继而电影遗产如何长久保存 便成为今后几年人们最为关注的 问题。目前,对这一世界性的难 题,各国至今尚未找到最佳解决 方案,这令电影业界人士感到担 忧,认为电影可能会面临"失去记 忆"的危险。法国国家电影中心 已经意识到这一问题的严重性, 开始着手组织进行这方面的探讨 和研究,并在积极推进电影数字 化进程的同时,将电影的长久保 存问题提上议事日程。

# 文化部召开2012年 党风廉政建设工作会议

(上接第一版)要严格执行党风廉 政建设责任制,坚持党组(委)统 一领导、党政齐抓共管、纪检监察 部门组织协调、职能部门各负其 责、依靠群众支持和参与的反腐 败领导机制和工作机制,确保 2012年文化部党风廉政建设和反 腐败各项工作任务顺利完成。

李洪峰作文化部党风廉政建 设工作报告时指出,十七大以来, 文化系统党风廉政建设和反腐败 工作,围绕中心、服务大局,取得 显著成绩。一是惩防体系建设全 面推进,反腐倡廉工作扎实有效, 得到中央纪委领导同志的肯定; 二是强化监督职能,突出监督工 作重点,创新监督方式方法,受到 中央纪委监察部的高度重视;三 是认真受理信访举报,严肃查办 违纪违法案件,既维护了党纪国 法的权威,又保护了党员干部干 事创业的积极性;四是认真贯彻 国务院纠风工作精神,大力加强 文化系统行业作风建设,得到中 央领导同志和国务院纠风办领导 同志的高度肯定;五是加强对中 央重大决策部署执行情况的监督 检查,认真开展一系列专项治理; 六是加强反腐倡廉制度建设,完 善反腐倡廉制度体系,构建廉政 风险防控机制;七是坚持开展正 面教育、主题教育、警示教育、廉 政谈话,筑牢党员干部拒腐防变 的思想道德防线;八是发挥文化 部门优势,加强廉政文化建设,举 办了全国廉政文化大型绘画书法 展览,组织编撰《中国古代廉政史 鉴》丛书,推进廉政戏剧的创作和 演出,协助中央纪委开展全国廉 政教育基地的评选;九是不断加 强纪检监察干部队伍自身建设, 提高了纪检监察干部的政治素质 和业务能力。

李洪峰指出,2012年,文化部

党风廉政建设和反腐败工作总的 指导思想是:坚持以中国特色社 会主义理论体系为指导,认真贯彻 落实十七届中央纪委第七次全会 精神,坚持标本兼治、综合治理、惩 防并举、注重预防的方针,围绕中 心,服务大局,求真务实,真抓实 干,以完善文化系统惩治和预防腐 败体系为重点,扎实推进教育、制 度、监督、纠风、改革、惩治各项工 作,以党风廉政建设和反腐败工作 新成效,迎接党的十八大胜利召 开。具体要抓好八个方面的工作: 一是深入开展惩防体系建设年活 动,努力完成文化系统惩治和预防 腐败体系建设任务;二是大力推进 廉政文化建设,广泛开展廉政文化 创建活动,实施廉政文化精品工 程;三是加强反腐倡廉教育,筑牢 党员干部的思想道德防线;四是认 真履行职责,加大监督工作力度, 加强对十七届六中全会精神贯彻 执行情况的监督检查,为文化改革 发展提供有力保证;五是做好信访 举报工作,严肃查办违纪违法案 件;六是加强反腐倡廉制度建设, 提高制度执行力;七是加强行业 作风建设,弘扬优良作风;八是加 强纪检监察干部队伍建设,为反 腐倡廉建设提供组织保证。

文化部、国家文物局机关各 司局正处长以上干部,直属单位 党政主要负责人、专职纪检监察 干部,各省、自治区、直辖市文化 厅(局)纪检组长(纪委书记)、监 察室主任参加了会议。

### 精彩视窗

本报驻乌拉圭特约记者

每年2月,欧洲、亚洲和北 美所在的北半球正值冰雪季节, 而被太阳亲近的南半球则一派 阳光明媚、碧海蓝天,正是拉丁 美洲狂欢节集中热闹的时节。

狂欢节原本是欧洲天主教 文化圈的民间风俗,拉丁美洲因 承袭着欧洲的语言、宗教和文 化,进而承袭并发扬了狂欢节。 今天的狂欢节已不像过去那样, 不再只是猛吃一顿肉、狂喝一顿 酒,上街跳跳舞、搞搞怪,放松一 下那么简单。经济全球化的浪潮 正在放大、包装着狂欢节,使其更 艺术化和产业化。

拉丁美洲的狂欢节五彩缤 纷。其中,非常著名的有巴西里 约热内卢的"桑巴舞彩装巡游", 4.5万多名舞者齐上阵,舞蹈精湛 热烈,服饰鲜艳华丽,彩车阵容庞 大、道具夸张,各家方阵追求创 新,展示与时俱进的精彩。巴西 人为了历时两天的表演,往往要 准备一年,而狂欢节年年都吸引 全世界各路媒体的镜头,聚集几 百万的游客,为巴西创造近10亿 是说唱内容的与时俱进,一年来



巴西2012年的里约热内卢狂欢节于2月17日拉开帷幕。 惯例,该市的狂欢节活动持续至22日上午。一年一度的狂欢节是巴 西最盛大的节日,每年吸引上千万的游客前往里约。图为里约桑巴

美元的收入。高山之国玻利维亚 的"奥鲁鲁祭祀狂欢",土著特色 浓郁,成千上万的"魑魅魍魉"上 街共舞,人们顶礼膜拜各路神明, 印第安人的鬼神文化与天主教的圣 经文化融为一体。这一体现安第斯 山文化特色的艺术形式 2001 年就 被联合国教科文组织列入人类非 物质文化遗产代表作名录。在赤 道之国厄瓜多尔,一年一度的"水果 鲜花狂欢节"将十里八乡的人们聚 拢而来,大家簇拥着用鲜花水果装 扮的彩车,载歌载舞,庆祝丰收,祈 祷来年风调雨顺,古朴又时尚。墨 西哥的"贝拉克鲁斯狂欢节"则更 贴近当下,它以"烧掉坏脾气,走 出郁抑症"为口号,让人们在歌舞 嬉戏中回归本真、拥抱自然。

多万的小国,每年吸引外国游客 近200万,狂欢节便是其主打的旅 游项目。乌拉圭的狂欢活动历时 40多天,从坎东贝鼓舞队盛装巡 游开始,到滑稽剧街头表演,民间 的、专业的、院校的、社区的几十 个艺术团体轮番上阵。节目的 统一外在是办怪、搞怪,鬼脸、鬼 装,丑化自己,娱乐别人;表演形 式有群口说唱、歌剧、舞剧、滑稽 剧、杂耍、霹雳舞、摇滚唱等等, 五花八门;狂欢表演最吸引民众 的特点除了热闹、滑稽,再有就

的国内、国际风云人物以及国情 民怨会被戏说。表演分赛区、分 阶段进行,从街头圈场聚众,到 海边浴场搭台,然后入选者进高 级剧场、五星级饭店,最后在体育 场决赛。获奖者奖金最高达35万 美元,商家的广告投入也高达几 百万美元。每年的狂欢节表演大 **審被认为是乌拉圭唯一超过足球** 票房的演娱活动。当地报刊评述 说,狂欢节从历史的深处走来,曾 经是信徒们为减少受戒前的恐 惧,用对肉体的放纵来释放被压 抑灵魂的庆典。走到今天,人们 早已没有了受戒的恐惧,然而释 放的需求还在。

拉丁美洲的狂欢节已经成 为创造机会、聚集财富的文化产 乌拉圭作为一个人口仅300 业。在玻利维亚,为制作精美的 鬼神服装,采集、制作鸟禽羽毛 已成为一大产业,所生产的极具 民族特色的艺术旅游纪念品,备 受世界游客青睐。巴西开办有 几十家桑巴舞学校,汇聚了大批 舞蹈、舞美、节日营销人才,是 "里约狂欢节"的品牌制造工 厂。在巴西桑巴舞产业的影响 下,乌拉圭非裔传统文化坎东贝 鼓舞艺术正被全面开发,培训学 校如雨后春笋,相关的用品设计 制造被政府视为开拓就业的新 领域。国家为狂欢节开设了博 物馆,收藏展示历年狂欢节的优 秀作品,对每年新推出的脸谱、服 饰、道具等用品的设计、制作进行 评比。各地文化教育部门还组织 专门团队创作狂欢节节目,很多 街头杂耍经过狂欢节被提升为艺 术,走进带包厢的剧场;很多剧场 里的经典剧目,芭蕾、歌剧等高雅 艺术形式被移植进狂欢节的闹 剧,走上街头,成为大众娱乐。正如 所有的文化符号随着时间的演进 都要增加新内容一样,狂欢节正 在从草根变成百花丛林。

# 日本复兴传统饮食 村民学做"冷冻年糕"

日本传统美食种类之多不胜 枚举,如众所周知的天妇罗、寿 司、生鱼片等等。鲜为人知的是, 日本东北地区有一种叫做"冷冻 年糕"的传统美食。

日本的东北地区冬季极寒。 每年1月、2月,这里的人们会将浸 过水的年糕放在寒冷的室外,让 其自然风干,制成广受欢迎的 "冷冻年糕"。特别是福岛县饭 馆村的村民,还研究出了炒年 糕、年糕汤、蒸年糕等多种多样的 烹饪方法。

然而,"冷冻年糕"的生产正 面临前所未有的严峻考验。由于 受到东日本大地震和福岛第一核 电站事故的影响,饭馆村被列入 计划避难区域,6000名村民举家 外出避难,该地区的年糕生产已 经被迫停止。人们担心,这一独 具特色的传统饮食文化会因此陷 入生存困境。

在这样的情况下,权衡气候 条件和环境安全等各方面因素, 日本"保护传统工艺技术"项目组 选择长野县小海村举行呼吁保护 "冷冻年糕"的交流会,希望通过

向小海村村民传授制作方法来保 护这一传统饮食。小海村与饭馆 村有着相似的气候条件,但未受 核辐射影响。

作为"保护传统工艺技术"项 目的重要环节,饭馆村"冷冻年 糕"的生产者亲自指导小海村村 民学习其制作方法,两村村民齐 心协力为保护传统饮食文化而努 力 交流会上 短馆村的村民团 体"饭馆匠塾"的主妇们向大家教 授如何才能制作出成功的"冷冻 年糕"。小海村品牌推进协会的 八峰村的会员也从家乡带来当地 产的糯米和粳米,将其研磨成粉 状,掺入山间野草制作成固定形 状的"草年糕"。经过一天的发 酵,再用稻草将切成块的"草年 糕"包好,放在室外冷冻。他们 说,经过一个月左右的自然风干, "冷冻年糕"就做好了。

"饭馆匠塾"的代表鹬原说: "为保护传统饮食文化,希望两村 村民通过互相交流学习掌握传统 食品的制作方法。我非常期待在 小海村制作的'冷冻年糕'能在福 岛地区出售,让福岛人民能够重 新品尝到自家的美食。"八峰村代 表渡边均也满怀希望地说:"现在 要抓紧努力生产了,希望到3月份 能将做好的'冷冻年糕'送给长野 县的人民也尝一尝。

事实上,日本向来十分重视 传统饮食文化的保护工作。不久 前,日本文化审议会的特别委员

会还正式批准向联合国教科文组 织申请把"和食"列入人类非物质 文化遗产代表作名录。这种通过 其他地区延续受灾地区传统生产 项目的做法,也为保护饮食文化 提供了新的思路。

(资料来源:日本《每日新



日本村民用稻草将切成块的"草年糕"包好,准备放到室外冷冻。

# 中国文化传媒集团·中国城市文化发展研究中心招聘启事

中国城市文化发展研究中 心是中国文化传媒集团新组建 的直属机构,承担着全国城市文 家法律法规,热爱文化事业,具 化发展战略研究、城市文化建设 推广、市场调研、文化城市建设 基本方案制定、城市文化信息互 动传播、文化产业规划和国际间 城市文化交流等主职能,在文化 产业政策、人才、平台诸方面有 着得天独厚的资源优势。中国 城市文化发展研究中心拥有文 化研究、规划、产业开发和项目 推广的专家咨询指导团队和专 业执行机构。

根据工作需要,现招聘管理 人员和业务人员10名。具体招 聘事项如下:

### 一、招聘岗位

市场营销总监1名、策划部 主任1名、项目经理5名,文案 企划1名、市场公关1名、助理

### 二、应聘人员的资格与条件

所有应聘人员除应遵守国 有良好的职业道德和敬业精神 及与岗位相适应的身体条件外, 要求必须是大学本科以上学历, 进行体检。 年龄在24岁以上。

### 三、招聘程序

1.组织报名,对申请人员进 20日起至3月10日止。 行资格审查。

> 2.组织面试。 3.考察,确定拟聘人选。

5.签订聘用合同。

加面试。

4.指定医院体检。

## 四、有关考试的具体事宜

1.通过报名资料初审者,参

2.面试主要测试从事应聘工 作岗位所需的理论知识和实际 案例考核。有实践经验和专业 背景者优先。

3.面试时间另行通知,地点在

中国文化传媒集团。参加面试请携 带身份证、毕业证、学位证、资格等

4.确定参加体检人员,须到 指定的北京市内三级甲等医院

级证书等有关证件原件及复印件。

### 五、报名安排

1.报名时间:自 2012年2月

2.报名方式:网上报名

3.报名要求:本人填写应聘 申请表(附件二:可在中国文化 传媒网下载),并将学历、学位证 书、身份证扫描件、外语或其他 相关成绩证书、已有工作单位的 人员需出具其所在单位同意应 聘的证明扫描件一并发送至电 子邮箱:中国城市文化发展研究 中心@126.com。请在主题中注 明应聘职位。

### 六、待遇及管理

我中心目前对应聘人员实

行以下管理方式:

1.按照中国文化传媒集团有 关规定,录用人员实行基本工资 加绩效考核相结合的办法进行 综合管理。

2.录用人员档案由本人委托 人才服务中心管理,党组织关系 由所在人才服务中心开具临时 组织关系到集团党务工作部,参 加集团内党组织生活。

3.录用人员按有关规定办理 社保手续。

联系人:黄程、郭铁栋

电话:010-63213086 电子邮箱:中国城市文化发

展研究中心@126.com

地址:北京市西城区新文化 街56号中国文化传媒集团

中国文化传媒集团 中国城市文化发展研究中心