

海外观察

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

2.16亿人次,创下自1966年以来的历史最高纪录,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,法国的这一标准约为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“非电影集合体”,促进本土电影良性发展。

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,全数字化进程迅速推进。

在影院数字化改造方面,法国超前一步。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年的目标。

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便是2500部1929年以后出品的影片,这些影片被认为是法国珍贵的文化遗产。

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。

域外传真

日本复兴传统饮食 村民学做“冷冻年糕”

本报实习记者 程佳 编译

日本传统美食种类之多不胜数,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,饭馆村的村民团体“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”。小海村品牌推广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”的代表鹈原说:“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《每日新闻》)



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1名。

二、应聘人员的资格与条件

所有应聘人员除应遵守国家法律法规,热爱文化事业,具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,年龄在24岁以上。

三、招聘程序

1.组织报名,对申请人员进行资格审查。

2.组织面试。

3.考察,确定拟聘人选。

4.指定医院体检。

5.签订聘用合同。

四、有关考试的具体事宜

1.通过报名资料初审者,参加面试。

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。参加面试携带身份证、毕业证、学位证、资格等级证书等有关证件原件及复印件。

4.确定参加体检人员,须到指定的北京市内三级甲等医院进行体检。

五、报名安排

1.报名时间:自2012年2月20日起至3月10日止。

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

精彩视窗

南美狂欢季 二月正当时

本报驻乌拉圭特约记者 寇泽刚



巴西2012年的里约热内卢狂欢节于2月17日拉开帷幕。根据惯例,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。图为里约桑巴舞学校的表演者。

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饰的彩车,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,走出抑郁症”为口号,让人们在歌舞嬉戏中回归本真、拥抱自然。

乌拉圭作为一个人口仅300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,到滑稽闹街头表演,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,再有就是说唱内容的与时俱进,一年来

的国内、国际风云人物以及国情的国内、国际风云人物以及国情的鬼神服装,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从林。



主打的旅游项目。乌拉圭狂欢节热闹非凡,是其