

2022年我国电影总票房超300亿元

新主流电影引领市场 行业发展彰显韧性

国家电影局1日发布的统计数据显示,2022年我国电影总票房为300.67亿元,其中国产电影票房为255.11亿元,在总票房中占比84.85%;全年城市院线观影人次7.12亿。

纵观过去一年我国的电影市场,《长津湖之水门桥》《万里归途》等新主流电影引发观众好评,《奇迹·笨小孩》《人生大事》等现实题材影片描摹出生活底色,《独行月球》等科幻电影展现视听语言的独特魅力……这些题材多元、类型丰富的影片为观众提供多样观影选择,也折射出我国电影创作者的不懈探索和努力。

新主流电影继续引领市场

《长津湖之水门桥》以40.67亿元的票房成绩成为2022年中国电影票房冠军,展现出新主流电影的观众吸引力和市场号召力日益稳固强劲。

作为《长津湖》的续篇,《长津湖之水门桥》继续通过志愿军战士热血奋战的动人场面,为观众带来震撼人心的观影体验,显示出我国电影工业与技术的发展进步。

“当年,志愿军战士是带着浓烈的感情与强大的意志去战斗的。拍摄这部电影的过程像是在打一场仗,为了胜利,我们都在全力以赴。”导演徐克说。

此外,根据真实事件改编,首次聚焦惊心动魄外交官撤侨行动的影片《万里归途》,成为2022年国庆档的票房冠军,并最终以15.93亿元的票房成绩位列年度票房榜第五位。

同样以抗美援朝为背景的影片《狙击手》也取得不错的票房成绩,并收获诸多积极评价。

《狙击手》编剧陈宇在谈及影片创作时表示:“近年来,我国抗美援朝题材影片一直在故事、技术、画面等多方面不断寻求突破。《狙击手》呈现的并不是大家所熟知的名战争名场面,而是侧重描摹战场上青年人的精神面貌和成长历程。”

综合分析过去一年的新主流电影,或者以小切口展开故事,塑造鲜活生动的人物群像;或者注重强情节推进,在跌宕起伏的讲述中唱响昂扬向上的主旋律。这些影片叙事新颖生动,有效拓展了新主流电影的创作空间。

多元题材提供多样观影选择

新主流电影之外,2022年的中国电影还呈现出题材多元、类型丰富的特点,为观众提供了差异化的观影选择。

科幻喜剧《独行月球》收获超30亿元票房,排在2022年票房榜的第二位。上海大学上海电影学院教授刘海波点赞这部市场反响热烈的科幻作品:“它很好地将故事叙事、演员表演、月球和飞船等场景呈现融合在一起,非常让人惊喜。”

覆盖年轻观众群体的动画大片《新神榜:杨戬》,延续了近几年我国动画电影对传统神话题材的探索,在视听语言上力求“接地气”的同时,实现了影片故事和人物精神的创造性转化,进而赢得诸多影迷的关注。

刘海波认为,当下电影行业发展虽然面临挑战,但也展现出不少闪光点。从这几部作品中,可以看到电影行业发展的希望。“供给更加多样化、类型更趋丰富,已经成为行业共识,我们有信心期待2023年电影市场出现一波‘大回暖’,当然前提依然是供

给侧进一步回稳和优化。”他说。

电影行业展现韧性

业内人士认为,这样的成绩殊为不易,展现出中国电影的发展韧性和发展潜力。

2022年,国家电影局协调有关部门,推出了一系列助企纾困举措,加快行业回暖、提振行业信心。其中,有关部门加大增值税留抵退税政策力度,将缓缴社会保险费政策扩大至电影行业,对于电影企业特别是近年来新建影院的扶持作用非常明显,对增加企业现金流、缓解经营压力产生积极效果。

2022年8月,国家电影局启动2022年电影惠民消费季,联合多家电影票务平台发放共计1亿元观影消费券,联合有关银行提供5000万元数字人民币等观影补贴,在广泛激发电影消费潜力的同时,为推动电影市场更快恢复、持续向好提供了有力支撑。

展望未来,专家表示,中国电影产业需要深入研究各种新情况新变化,继续树立行业信心。

中国电影评论学会会长饶曙光认为,首先要进一步优化电影资源配置,释放生产力,创作出更多高质量作品,尤其需要头部作品有效激活市场。同时要把吸引更多观众走进影院看电影作为一个长期的战略性任务来抓,实现电影观众的增量。

“只有培养更多年轻观众走进影院看电影的习惯,有效增加观影人次,才能够保住电影市场的基本盘,从而进一步优化中国电影结构,促进电影人创作出更多高质量的作品,实现中国电影的高质量发展和可持续繁荣发展,实现中国电影从大国到强国的目标。”他说。

据新华社电

“我们的中国梦——文化进万家”活动启动

由中央宣传部、中央文明办、文化和旅游部、国家广播电视总局、中央广播电视总台、中国文联联合主办的2023年“我们的中国梦——文化进万家”活动1月1日正式启动。

活动紧紧围绕学习贯彻党的二十大精神的主题,以走进万家、服务百姓为宗旨,坚持以人民为中心的工作导向,动员和组织开展形式多样、内容丰富、线上线下相结合的文化活动,满足基层群众文化需求,丰富人民群众文化生活,凝聚奋进新时代新征程的强大精神力量。

为统筹做好疫情防控和公共文化惠民工作,2023年文化进万家活动更加注重实际、注重实效、注重创新。中央、省、市各级宣传文化单位引导广大文艺工作者开展面向基层的文艺演出、文艺培训,开展高效优质的文化服务等。充分调动各级各类媒体平台创新开展线上文化活动和线下服务,在元旦春节期间集中开展线上展览展示活动,提供基层群众可看、可听、可读、可学、可用的文化文艺资源。“学习强国”学习平台、中国精神文明网开设“我们的中国梦——文化进万家”活动专题,进行集中展示,开设互动平台;各级各类新闻网站平台、县级融媒体中心开设专题专栏,积极转载推送;中央广播电视总台开设专题栏目,各省级广播电视台以多种形式,择优展播文化进万家活动各类资源;各地充分发挥户外大屏、村级应急广播大喇叭等贴近群众、直通基层优势,灵活展播展示文化进万家活动丰富资源。聚焦传统节日和国家重要节日提供文化服务,围绕春节、元

宵、清明、端午、七夕、中秋、重阳等传统节日和国家重要庆典、纪念日,组织开展“文化进万家——视频直播家乡年”等富有时代气息、体现节日文化内涵、具有鲜明价值导向的品牌活动,彰显爱党、爱国、爱家情怀。

据介绍,有条件的地区将因地制宜开展线下活动。中央、省、市各级宣传文化单位组织人员精干、水平精湛的文艺小分队、文化工作队,赴县级及县以下村镇社区、学校军营、工矿企业等演出节目、放映电影、送图书报刊,开展培训、讲座、结对辅导等。依托各类基层文化阵地开展惠民文化服务项目,充分发挥新时代文明实践中心(所、站)的作用,通过流动服务、联网服务、志愿服务等各种方式举办展览、文化普及、阅读活动等。组织基层文艺院团、农村电影放映队、非遗传承人(团体)等举办文化活动、项目展示,广泛开展地方戏曲、舞蹈曲艺演出,民间技艺、民俗艺术展示,游艺联欢,书法、美术、摄影创作,以及“村晚”、花会、灯会、赛歌会、票友会、秧歌会、广场舞、舞龙舞狮等群众广泛参与的文化活动。

2023年文化进万家活动将创新活动开展方式,鼓励各地在条件允许的情况下积极尝试跨区域联动开展活动,如长城、大运河、长征、黄河、长江等国家文化公园建设沿线和京津冀地区、长江三角洲地区、粤港澳大湾区、东北老工业基地,内容上与弘扬社会主义核心价值观、传承中华优秀传统文化、推进乡村全面振兴、国家文化公园建设、文化遗产保护、新时代文明实践活动等紧密结合。

据新华社电



1月1日,孩子们在徐家汇书院的少儿阅读区读书。

当日,在被誉为“海派文化之源”的上海徐家汇核心区域,徐家汇书院正式向公众开放。徐家汇书院总面积18650平方米,分为地下两层,地上三层,融文献阅读、展览讲座、艺术鉴赏、文创集市、旅游导览等功能于一体,拥有近800个阅读席位,旨在为公众打造充满幸福感的“24小时图书馆”。

新华社发

2022世界闽南语金曲大奖揭晓

2022年12月31日晚,2022世界闽南语金曲颁奖盛典暨海峡两岸闽南语音乐大奖赛(以下简称“2022世界闽南语金曲大奖”)在厦门华师希平双语学校举办。经过激烈角逐,马来西亚赛区的许伟胜获得冠军,亚军和季军分别由中国台湾赛区的李晋莹、厦门赛区的金水获得。

当天晚上,还颁出世界闽南语歌曲“十大金曲奖”,以及“最佳作曲人”“最佳作词人”“最佳男歌手”“最佳女歌手”等奖项。其中,两岸音乐人共创的《我们同唱一首歌》、台湾音乐人创作的《阿嬷的话》、大陆音乐人创作的《大田后生仔》等获得“十大金曲奖”。

2022世界闽南语金曲大奖

于2022年11月5日正式面向全球启动作品征集,在广州、厦门、漳州、泉州、港澳台地区,以及新加坡、马来西亚、印尼、美国等地,共设置了12个赛区。至11月30日报名截止,共有6000多名(组)选手踊跃参赛。其中,台湾赛区的报名人数超过1000人,马来西亚、新加坡、印尼等赛区的总报名人数近1000人。

2022世界闽南语金曲大奖由福建省委宣传部、福建省人民政府侨务办公室、福建省文学艺术界联合会、福建省归国华侨联合会指导,由世界闽南语金曲颁奖盛典暨海峡两岸闽南语音乐大奖赛组委会、厦门报业传媒集团联合主办。

据新华社电

方便快捷天天有 几十元投入 几十万人关注

分类信息 小投入 大回报 生活助手 包罗万象 **85010256**

家电维修 视、洗衣机、空调等制冷设备,含厂企设备 ●镇江市家电维修专家,电 18905282938

婚姻中介 ●天赐老中青婚介成立26年:男丧偶52年开厂1米75 独居;优男87年1米76大专开公司;女69岁1米62事业;女93年1米64 硕士医生;女97年未婚本科1米65公务员;男94年本科1米76离异开厂境优13337758393