



近一个月,被影迷戏称为“富二代”的《富春山居图》《不二神探》《小时代》相继上映,以超高票房和不断刷新下线的超烂口碑,形成一道难得一见的“奇葩风景”。“烂片狂欢月”为何形成?不差钱的内地电影工业,差的是什么?上半年刚刚完成“逆袭好莱坞”的华语片能否保持票房的良好势头?



## 文体速览

跳绳亚锦赛月底开幕  
我市9选手将赴新参赛

参赛选手训练 张锐鑫 摄

本报讯(记者 张锐鑫 实习生 王鹏飞 通讯员 胡少军)7月底,第七届亚洲跳绳锦标赛将在新加坡开幕,届时我市9名选手将前往参赛。我市是全省唯一派选手代表中国参赛的城市。

此次跳绳亚锦赛将从7月30日持续至8月3日,市跳绳运动协会从洛龙区第二实验小学、洛龙区龙城双语初级中学及伊滨区佃庄一中各学校挑选出9名队员参赛。届时,他们将参加速度赛、花样赛和表演赛等项目。

此前,我市跳绳选手曾在国内外比赛中屡获佳绩:在第六届亚洲跳绳锦标赛上,洛龙区河洛跳绳队为中国夺得3金3银;2010年,在英国举行的世界跳绳锦标赛上,中国首次派出11人参赛,其中我市选手占8名,并获得3枚银牌的佳绩。

斯坦科维奇杯赛中国男篮未能卫冕  
扬纳基斯:输在疲劳

在9日举行的斯坦科维奇杯决赛上,卫冕冠军中国队以44:61惨负于并未派出全部主力的阿根廷队,居第二位。赛后,中国队主帅扬纳基斯表示,输球的主要原因可能是疲劳。

“在亚锦赛时,我们将面对许多风格不同的队伍,热身赛输球可以让我们发现自己的不足。”扬纳基斯说,“我会利用好最后的15天为亚锦赛做好准备,把男篮更好地融入国际篮球的高水平当中,有时候一场失利可能会带来更多。”

“经过很多训练之后,队员有些疲劳,这导致了我们空位投篮和罚球的不中,而阿根廷利用了这些优势,抢断和三分都不错,控制了场上的局势。”扬纳基斯说。

按照亚洲篮联的规定,中国男篮需要在7月12日之前进行亚锦赛报名,这也意味着斯坦科杯结束后,中国队将进行第一次裁员。(据新华社广州7月10日体育专电)

## 国内首个“声交所”上线

“好声音”可网上交易  
每个人都可成为提供方

国内首个以声音产权为交易内容的电子商务平台“声交所”7月在安徽合肥正式上线,记者从运营商安徽音谷声讯科技有限公司了解到,目前,这一声音交易平台已有数万种声音在库,可以实现声音的采集、发布、招标、中标等各种形式的网上交易。

“在‘声交所’网站上,声音的需求者在寻找‘好声音’时,可以通过发布任务及悬赏金额来促成交易,委托平台上的声音设计工厂进行设计,或者由网上的各路‘高手’进行创作。而声音的发布者一旦中标,就能获得相应的酬劳。”音谷声讯科技有限公司总裁秘书周芳介绍说。

她告诉记者,这一声音产权交易的电子商务平台在国内尚属首家,其市场前景广阔,涵盖了影视配音、特种音效、品牌歌曲、“声音商标”等多个领域。“而交易平台的注册、声音发布、任务招标都是免费的。”

目前,合肥“声交所”已有5万余套声音标本在库,包括自然音库、背景音乐、手机铃声、各地方言、段子库等。未来还计划建立100类音库,采集百万套声音标本,并建立“全民上传”模式,使每一个对声音感兴趣的人都可以成为声音的提供方。

(据新华社合肥7月10日专电)

盛大文学融资上亿美元  
网络作家收益有望改善

盛大文学9日宣布,已通过私募融资总计1.1亿美元,主要用于实现盛大文学新的开放战略和移动战略。其中,将以旗下起点中文网作为平台,推出新的作者收益模式,笼络优质网络文学作者。

盛大文学副总裁崔嵬介绍,在旗下的起点中文网,作者将自主上架销售,包括自主决定上架、自主站内站外促销并同样享有分成和奖励。针对作者收益,此次盛大文学重塑起点中文网作者收益模式,连载订阅销售收入将通过“分成+奖励”的形式,100%返还作者。

崔嵬表示,未来盛大文学平台还将向整个文学行业开放,接受各个出版社的非独家授权作品,面向更加多元化的内容,享有流量变现支持。

(据新华社北京7月10日专电)

“烂片奇葩”  
为何越烂越红

国内电影市场陷入“唯票房论”怪圈

## 1/“唯票房论”催生怪胎

每年6月10日至7月10日是圈内人心照不宣的“国产片档期”,这段时间不鼓励引进海外分账大片,为国产片上映腾出空间。2004年至今这把“保护伞”让不少国产片受益。然而,今年的这个档期却有些特殊。

这个6月,奇葩“富二代”的横空出世为影迷津津乐道。网络上关于这三部电影的吐槽、论战,精彩程度远超影片本身。娱乐圈微博达人“圈内电影人吐槽马甲”指出,“保护月”存在的初衷就是为完成国产片每年所占票房比的份额。其背后潜藏的逻辑是“票房为王”。

随着2005年之后内地电影产业的井喷式发展,至2010年内地电影票房突破百亿,“票房为王”的资本逻辑进一步升级为“唯票房论”。在“唯票房论”的指挥棒下,电影叙事放弃思想、放弃艺术、放弃故事,烂片“青出于蓝而胜于蓝”当然也就“自然而然”了。

好在纯粹“资本逻辑”已经令一批内地电影人有所警醒。在今年上海电影节的“新浪潮”论坛上,华谊

的王中磊和星美的覃宏两位业界大佬齐声对“唯票房论”开炮。他们认为,整体水平较低的中国电影市场,票房似乎成为唯一且可以被量化的标准,票房的成功与否与电影优劣直接画上了等号。

在“唯票房论”的指挥下,《小时代》开画后,有些影城竟然上演了所有影厅只排一部《小时代》的奇事。对此,贾樟柯在微博上引用了法国文化部长菲利浦的话:“法国规定任何一部电影在任何一家影院的排厅量不能超过1/3,也不能超过该影院总场次的1/3,目的就是保护文化的多样性。”

不管什么样的社会,文化一定不是单一的,健康发展的电影工业一定可以容纳不同类型、不同体量的电影。

今年6月,奥斯卡获奖导演汤姆·霍珀在出席上影节“主席论坛”时也指出,迷信票房会让创作走向畸形。他说:“商业会对每一个导演施加压力,但商业的成功与否是一个遥远的、无法预测的结果,它不能成为影片制作过程中的主导。”

## 2/被透支的中小成本电影制胜法

《泰囧》《北京遇上西雅图》《致青春》《小时代》……一个有趣的现象是,上半年创造票房奇迹的电影大部分都是由“新导演”完成。徐峥、薛晓璐、赵薇如今这个名单还要加上郭敬明,这些导演为上半年的“华语片逆袭”贡献了半壁江山。

与“老前辈”导演最大的不同点在于“新导演”们在对自身的能力的挖掘背后加入了更多的商业分析。徐峥说,《人再囧途》是一个传统的喜剧,是现实主义题材、当下主题。不管这个电影拍得好不好,观众会觉得这个事儿和他有关系。”

真正让“新导演们”自鸣得意的是“观众”。郭敬明就曾公开批评老导演不懂“新一代观众”。在黑暗中摸索了多年的内地电影人,亦仿佛在一夜之间被“新导演”们点醒,开始疯狂解读观众。因此“服务于消费者”被认为是现今拍电影最重要的因素。

于是乎,集合了明星卡司、定位准确、小场面、“中国人自己的故事”,各种元素平均的中小成本电影成为内地电影工业对抗好莱坞的不二法宝:找对目标受众的精神需求,给他们提供水准平均线左右摇摆的电影,再加上执行力强的团队,就能获得巨额利润。

问题是,谁又敢说自己真正读懂了观众呢?更何况在一个不健全的市场,电影内容的重复和对“大众”的盲目追逐更值得警惕。为迎合而放弃艺术追求,最终的结果只能是,某一天观众开始厌倦,“引爆点”被触发,缺乏多元化发展的市场必然轰然坍塌……

## 3/营销“工业化”内容“堕落化”

和堕落的电影内容相比,内地电影的营销这些年却开始逐步完成“工业化体系”。《小时代》的投资方兼发行方乐视影业CEO张昭说,《小时代》的营销从今年3月就开始了,他们锁定了从郭敬明和演员粉丝扩散出去的目标人群,然后用从视频营销到网站推广中获得的数字来说服院线排片。统计数据显示,《小时代》的预告片点击量达4000万,社交媒体活动上有200万人参与,推广城市有60个,所有营销费用大约占制作成本的2/3。

内地电影发达的营销超过了大多数人的想象。曾为电影《锦衣卫》做推广的电影营销公司影行天下表示,在电影推广过程中,他们发现观众热衷于讨论吴尊和甄子丹的胸围多过影片剧情,紧急把影片调整为娱乐大片。

而与发达的电影营销相映成趣的是内地电影市场不成熟的影评体系。“在目前环境下,一个影评人没有办法公开批评某一部作品,而观众自己也很清楚这些所谓的影评人都不过是电影公司的代笔,所以他们在选择看电影的时候更愿意相信朋友口碑推荐。”

“工业化的电影营销”“不成熟的影评体系”“唯票房论的电影制作”……这一切加起来,正是李安所说的“内地有很好的市场但没有很好的电影。”上半年的“华语片逆袭”只是一片虚幻的浮云。2013年“国产片保护月”里的“烂片狂欢”才是事实真相。(据《深圳特区报》)

总教练发出暗示,代言广告也已由谏龙顶上,  
广州世锦赛真成“告别赛”?

## 林丹 我什么事情都经历过

## 核心提示

去年夏天,林丹的男单世界排名高居第1,如今已跌至第101;去年夏天,国羽所代言的广告,主角均是林丹,如今他的位置被谏龙顶替;去年夏天,李永波欢迎老将们坚持到2016年奥运会,如今,他感慨8月的广州羽毛球世锦赛可能是林丹的最后一届。难道这届世锦赛真的是林丹的“告别赛”?

## 李永波 林丹或许会“一轮游”

6月下旬,马来西亚羽毛球队教练拉什德突然抛出言论:“林丹虽然获得了参加世锦赛的资格,但是状态和实力都下降明显,世锦赛应该是李宗伟击败他的大好时机。李宗伟只要按照我的安排训练和准备,一定会让林丹的世界赛告别战留下遗憾。”

拉什德这段话最劲爆的字眼其实是“林丹世锦赛告别战”。更让人意外的是,“告别战”一说的来源竟是国羽总教练李永波。

6月28日国羽抵达青岛备战世锦赛,李永波在接受采访时表示:“对于有些老将,这可能是最后一次世锦赛之旅。”被追问到老将的具体所指,他提到了两个人的名字:“比如林丹、蔡赟,尽管我不希望看到这个局面,但这毕竟是一个现实。”

林丹的运动生涯真的要进入倒计时了?其实,李永波也不知道他的真实想法:“这个事情我不清楚,他本人从没有谈过。放假归来后他的状态一直都不是很好,他自己始终在坚持,想找回过去的那种感觉。我觉得是他休息的时间长了,以前很多优秀的、别人难以超越的东西已经丢掉了。”

李永波已经做好了林丹世锦赛“一轮游”的心理准备,首先林丹的状态还没有恢复到最佳,其次是他的世界排名太低,有可能一上来就碰到种子选手。

## 淡定回应 我的心态非常好

继姚明、刘翔之后,林丹一度成为中国体坛广告天王,他在伦敦奥运周期所代言的品牌包括剃须刀、口香糖、汽车、运动饮料等。去年在伦敦奥运会上成功卫冕男单冠军,林丹更一跃成为时尚界新宠。

本来,林丹休假到今年2月结束,他把复出的首战定在伯明翰的全英赛,但最后以状态不佳为由退赛。随着林丹缺席的比赛越来越多,世界排名越来越低,能在街头广告板上看到这位“全满贯”的机会也越来越少。以往国羽集体代言的品牌广告中,林丹的形象总是最突出的,但如今他的位置逐渐被世界排名第二、被称为“林丹接班人”的谏龙顶替。某运动品牌的宣传人员分析,之所以把林丹换为谏龙,是因为林丹缺席国际比赛大半年,而谏龙成绩稳步上扬,作为一个运动品牌,为其代言的球星也需要以成绩说话。

林丹今年唯一参加过的国际比赛是4月的亚锦赛,但他在挺进8强后宣布退赛。此后,他仅在全运会预赛上亮相。世锦赛并不在林丹的计划当中,因为他的世界排名太低,并不具备参赛资格,世界羽联突然改口宣布给林丹外卡,这让他不得不加紧备战。

作为总教练,李永波非常需要林丹这样优秀的队员继续留在国家队,但作为过来人,他又担心爱徒从世界排名第1到如今第101,心理上承受不了。“今后的路到底怎么走,还要看他个人心里怎么想。毕竟他称霸了很多年,在队里也一直是领袖,现在这种心理落差肯定是很难受的。”

不过,林丹本人似乎并没有受到太大影响。9日在接受记者采访时,他这样回应:“我在国家队13年了,参加了3届奥运会,什么事情都经历过,我现在的心态非常好。”看完了最近关于自己被传退役以及李永波评价的报道,这位“金满贯”说:“别人对我有期待,是很正常的事情。”

(据《广州日报》)

