

# 2020年上海国际电影节今开幕

## 防控“严”字当头,上海国际电影节“轻”启动

(上接第一版)

无论方案怎样变,“人民群众生命安全和身体健康放在第一位”都是大前提

自2月的柏林以来,国际电影制片人协会认证的电影节还没有一个能在线下成功举办。这让上海国际电影节牵动了太多目光。参赛片征片怎样推进,嘉宾能否到场,展映如何开展等,每一个环节都充满了不确定性。

“随着全球疫情形势不断变化,我们的办节方案始终在调整中。但无论方案怎样变,‘人民群众生命安全和身体健康放在第一位’都是大前提。”上海国际影视节中心主任傅文霞表示。

7月16日,国家电影局发布相关通知指出,低风险地区在电影院各项防控措施有效落实到位的前提下,可于7月20日有序恢复开放营业。7月17日,上海发文推进影院复工。

同一天,上海国际电影节正式官宣,组委会特别提到了今年影展的重要变化:全部线上购票,售票率限于30%以内,入场需测体温、登记信息,观影时隔排隔座、全程佩戴口罩……在排片表正式公布前,这些“影迷须知”已通过社交媒体广泛传播。

除了展览板块“限流”之外,电影节还有不少调整,如取消金爵奖和亚新奖评奖、不邀请海外来宾、压缩来宾规模、不举办红毯盛典等大型聚集性活动。

“能办已经不易,办好更加不易。”傅文霞坦言,“上海国际电影节能进行影院展映,得益于我国的疫情防控取得阶段性成果,而我们决不能松懈防控。”

按防疫章程落实、从观众需求出发,沪上29家参展影院将防疫工作布置到观影全流程

今年电影节,上海共有29家影院、35个

影厅参与展映,每个影厅都严格按照30%的上座率、每场间隔为40分钟的要求来进行排片。所有参展影院有个普遍共识——防疫工作重中之重。

上海影城是影迷心中上海国际电影节的“主会场”。眼下,除了中国电影发行放映协会和上海市电影局分别给出的疫情防控指南,上海影城还多了一套细化的防疫章程,那是上影集团制定的《上影影城复工复产防疫方案》和《上影影城应急处置预案汇编》。按要求,影城专门成立安全生产小组、组织员工防疫培训,同时对影院内设施全面消毒、防疫工作责任到人。

值得一提的是,今年的观众虽比往年大幅减少,上海影城依然做好了预案,将观众的入场流程分成两步走。第一步,观众需通过体温检测,出示健康码及电影票,三项齐备后,方可进入大堂。为此,影城还调整了专属售票机的位置。第二步,观众到达具体影厅后,需扫描影厅门口的二维码完成实名登记。影城负责人顾艳说:“根据观众入场

动线来优化防疫措施,分成两步后,能尽量减少因连续扫码而产生的集中。”

天山电影院则从观众需求出发,提供个性化防疫服务。同样是消毒,他们按用途细分消毒:喷洒地面的,用84消毒液;对扶手、座椅等与肢体接触的部位,使用对皮肤“友好”的滴露进行擦拭;作用于空间环境的,喷洒的则是婴儿级的温和消毒喷雾。在天山电影院,为观众提供毛毯也是一项夏季空调环境下的特色服务。今年,影院为毛毯购置了消毒柜,承诺每次用后即消杀。此外,影院还为每位入场影迷准备了特制的“口罩夹”及一枚口罩。

万达影城五角场店,为影厅进行全面消毒的,是影城请来的专业消毒人员;大光明电影院,对观众可能使用的3D眼镜做了不同的预案;而红星电影世界吴中路店,将所有疫情防控的措施、影迷入场须知等详细搬到了自家微信公众号上……

按防疫章程落实、从观众需求出发,沪上29家参展影院将防疫工作布置到观影全流程。接下来,静候影迷安全入场。

### 文匯時評

上海国际电影节今天开幕,这是全球疫情持续扩散蔓延和我国疫情防控常态化以来举办的第一个国际电影节。可以说,上海国际电影节回应着中国观众对光影近180天的想念,它也更寄托着世界影坛线上线下的各种新的呈现可能——取消了红毯与金爵评奖,却不影响全球影人拿出最好的电影来参与,232部世界首映、国际首映、亚洲首映和中国首映片,印证着这个国际A类电影节越来越大的影响力。这一刻,选择上海国际电影节,是回归电影本身,回归用艺术团结鼓舞温暖人类的初心;而这一时刻选择上海,收获的也不只是一份来自中国电影市场的信心与助力,也有一份眼下尤为难能可贵的健康与心安。

今年,注定是电影产业的变局之年。眼下全球多地疫情反复,影业重振之路步履维艰。而面对此,上海国际电影节举办,更是为全球电影产业提振了信心。在疫情防控工作严之又严的前提下,上海国际电影节率先点亮的大银幕,或将为全球电影产业的创新发展照亮一片前路。越是艰难之时,越是要集结优质资源,汇聚精英智库,沉下心来共同谋求产业的创新转型。放眼产业平台,“云上”国际影视市场已吸引了700多家展商,在近半数境外展商中,第一次出现华纳兄弟、索尼、派拉蒙、环球影业等“电影产业巨头”的身影。

今年,必将成为电影市场转型的重要节点。全球疫情尚不明朗之际,制作方面,如何在健康与安全效率中寻求平衡,也成为电影人应对的新课题;而发行方面,各机构纷纷尝试线上单片付费、云观影等机制。中国影业与市场已作出不少积极探索。而此次上海国际电影节开启“线上线下同观”模式,不单是应对疫情防控需要的非常之举,同时也具有积极创新、迎接产业转型的示范意义。无论从短期还是长远来看,线上还是线下不是一道单选题。过去几个月来,在疫情中艰难崛起、孕育新机的中国电影市场便是生动例证:贺岁片《囡囡》转战网播,三日总播放量超6亿的成功试水,电影产业在线上的广阔风景正在徐徐展开。

光影百年,伴随见证着人类所经历的种种苦难与荣光。疫情终将过去,此刻,我们因电影,再次聚集起敬仰艺术的美好初心,重温经典里人类为之骄傲的珍贵回忆,获得勇敢前行的动力,共同迎接曙光的到来。

## 共迎全球影业破晓曙光

黄启哲

## 3D纪录片《再现康宁汉》：“我从不描述我的作品，我只去跳”

本报讯(记者吴钰)2011年文德斯的3D电影《皮娜》曾成为上海国际电影节的大热门,而今年同样有一部3D舞蹈纪录片《再现康宁汉》备受影迷期待。疫情防控之下,影院不会出现《皮娜》造访时走商阶都挤满人的场景,但《再现康宁汉》同样将为影迷呈上一场3D视觉盛宴。

《再现康宁汉》由俄罗斯女导演艾拉·科福根执导,调取了海量影像档案,用约18天时间重新拍摄了摩斯·康宁汉1942至1972年编排的14支最具华彩段落舞台作品,将观众重新带回当代最著名舞蹈家之一康宁汉鲜活的舞台世界。

“我从不描述我的作品,我只去跳。”传奇舞蹈家摩斯·康宁汉1919年出生于美国,20岁就进入玛莎·葛兰姆舞蹈团,二战后自立门户。他抗拒用“前卫”或其他任何标签定义自己的舞蹈,而是告诉观众,“任何动作都是可能的。”

康宁汉的舞蹈作品深受东方美学尤其是禅宗思想影响,每支编排的舞蹈都融入了他的艺术哲学和灵感。艾拉·科福根在2011年康宁汉的舞蹈团解散前,曾观看舞蹈团最后的演出,“看到14名舞者在舞台上朝着不同的方向前进,那一幕太令人惊叹了。”康宁汉的编舞让每一位舞者既是群舞,又担当主舞,消除了舞台上的“焦点”,几乎每时每刻都有故事在不同的角落同步上演,让观众目不暇给。科福根深受震动,于是在康宁汉逝世十周年(2019年)之际以3D纪录片致敬,在电影中还原当年令人深深沉醉的舞台氛围。

该片曾在汉普顿国际电影节摘得最佳纪录片奖。

“有时候,纪录片中不需要叙述,就足以说明一切。就像《再现康宁汉》中的舞蹈本身。”外媒评价,“无论舞蹈‘小白’还是康宁汉迷,都能通过这部影片前所未有地深刻体验他的舞蹈艺术。”

影片的一大亮点在于,科福根不仅用3D摄影技术还原了康宁汉舞蹈的激情和哲思,还从超现实主义艺术家约瑟夫·康奈尔那里获得灵感,运用技术手段将“舞台背景”放在了别具深意的场景中。精致流畅的画面、色彩丰富的服饰和高层次的时空调度,交织着康宁汉过去的采访和录像,阐释了他舞蹈作品深刻的艺术魅力和美学主旨。

即便是对现代舞、前卫当代艺术一无所知的观众,也能从电影震撼的效果中,获得有别于剧场的“舞台观感”,舞者们将起舞于山野林间、城市隧道、高耸的屋顶……细节丰沛的肢体语言和新鲜独特的场景,放大了舞蹈的情感张力。而3D技术更让观众直接进入了康宁汉所谓“一个可以发生任何事情”的艺术空间,在他的舞蹈中体验心灵的自由激荡。



《再现康宁汉》剧照。

资料图片

## 努力把第三届进口博览会办得更出彩更出色更有影响力

在“好”字上做文章,在“精”字上下功夫,必须更精细、更精心、更精致

# 精益求精,上海将拿出最可靠进博服务保障

■本报记者 徐晶丹

第三届中国国际进口博览会即将迎来倒计时100天。“办出水平、办出成效、越办越好”——当进博会成为下半年唯一确定举办的国际性综合展会,世界对它充满期待。作为进博会举办地,上海如何为进博会提供最可靠的城市服务保障?

不断在“好”字上做文章,在“精”字上下功夫——第三届进博会给自己提出了更高要求。它必须更精细,在机制化的好经验好做法中,更突出创新;它必须更精心,开启“智慧大脑”,深化细化预案,把问题想深想透;它必须更精致,于细节处入手,拿出“绣花功夫”,展示城市更美丽面貌。上海要努力把第三届进博会办得更出彩、更出色、更有影响力。

系等新举措,将切实提升展客商的体验度。

更精心  
用“智慧大脑”提升服务水平质量

去年“四叶草”内搭建的食品安全保障指挥中心,它的“智慧大脑”扩容了。第二届进博会期间,这个“大脑”的主要工作是保障“舌尖上的安全”——通过220家餐饮保障单位的后厨相连,它能24小时不间断地远程监控。而今年,它的“脑容量”突飞猛进,除了食品之外,工作范围还拓展到药品、特种设备、价格监管、广告监管、消费者权益保护、强制性产品认证、知识产权监管、服务咨询等领域,成了综合性实时监控平台,实现现场检查电子化。

城市保障服务更精心,意味着要精心“把脉”展客商的需求,用心提升服务水平和质量。

更精细  
在机制化保障中谋求更多创新

实现“越办越好”,关键在创新,努力打造服务新体验,除了保留好的经验做法之外,上海海关不断倒逼业务流程“进化”,今年拿出了两大创新支持举措——增加暂时进境展品税款担保方式,支持进博会展品在展会结束后进一步开展跨境电商业务。

上海海关副关长叶建介绍,对列入跨境电商零售进口商品清单(2019年版)的进境展品,在符合条件的前提下,允许其在展览结束后进入海关特殊监管区域或保税物流中心(B型),按照跨境电商网购保税零售进口商品模式进行销售,“这项举措将有力促进‘展品变商品’,为参展商品大幅拓展销售渠道。”

“一证三年、后台审核、前用激活、再行使用”——与前两届相比,第三届进博会在证件管理上将进一步突破创新,对于部分符合特定条件的证件,市公安局开发了证件多届使用功能,方便进博会的“老朋友”。不仅如此,今年证件管理将进一步优化,进博会微信公众号内开发了“参会人员服务”模块轻应用,参会人员可实时查询展馆设施等信息。市公安局副局长陈臻表示,创新证件循环利用,优化证件管理体

上海运用前沿技术推动城市管理手段、模式、理念创新,把“一网通办”打造成上海政务服务金字招牌,用“一网统管”开创超大城市治理现代化的新局面,这也将用于进博会的保障之中——

市公安局正全力推进上海城运系统道路交通管理子系统(IDPS)建设。进博会期间,国家会展中心(上海)周边道路交通秩序将依托该系统得到全方位优化;

上海海关将积极推动“智慧旅检”建设,推广进境人员健康申报电子化,实现旅检“无感通关”、“线上”管控,提升旅客入境通关效率;

中国国际进口博览局将优化官网、网上展厅等平台功能,完善智能数字导览系统,提升互动参展体验……

在常态化疫情防控前提下,全力提升城市服务保障水平,更精心意味着有更周密的考

虑,聚焦“人、物、馆”等工作重点和“入城点、居住地、展馆门、活动点、流动中、监测哨”等关键环节,把预案深化细化。市卫生健康委副主任秦净透露,《上海市卫生健康委第三届中国国际进口博览会医疗卫生保障工作方案》和7个专项工作方案已优化完善,将在国家会展中心(上海)4个分场馆和新闻中心设置5个医疗站,做好场馆区内新冠肺炎等重点传染病监测工作。

更精致  
于细节中展示城市“精气神”

进博会,是全面展示上海城市面貌和城市形象的一次绝佳机遇。

“四叶草”内,引导标志标识的优化更加精益求精。方便展商在场馆内部洽谈采购,“看得到、看得清、看得懂”是这一轮优化的目标。

据悉,综合展区、交通、洗手间、医疗点等设施设备的标志标识将考虑得更全面;按照展客商查看的习惯,标志标识将设计得更方便;确保引导效果更明显,标志标识将制作得更加醒目。

更精致的上海,是于细节之中发现美。在前两届进博会的基础上,市绿化市容局将固守国家会展中心内外13个区域,会议、活动等127个点位,主要交通干道和节点等46个点位,主要道路和景观区域等87个点位,推进“城市大扫除,景观再增色”,提升净化、绿化、彩化和靓化效果,将展馆内外优美“会客厅”、黄浦江两岸“流光溢彩”、漫步尽享“美丽街区”、垃圾分类“演绎新时尚”等精致之美一一呈现给展商客商。

保障更精细,服务更精心,环境更精致,在第三届进博会迎来倒计时100天之际,上海正拿出特殊精神、特殊作为,朝着更高目标努力,坚持高标准不变,全力举办一届高水平、高质量的进博会。

展览规模更大、展商质量更高、招商措施更精准化——

# 进博会筹备重心从招展转向办展

■本报见习记者 张天弛 记者 徐晶丹

“第三届进博会将于今年11月5日至10日在上海如期举办,筹备工作重心已由招展向办展转变,并取得阶段性成果。”中国国际进口博览局副局长孙成海昨天表示,在疫情“大考”的特殊之年,办好第三届进博会,对我国坚定扩大开放,促进全球经济加快复苏具有重要意义。

今年以来,通过线上线下结合方式,第三届进博会的洽谈、推介、签约活动进展顺利。孙成海介绍,今年的展览规模超过前两届,企业展规划面积36万平方米,比去年增加6万平方米,

增幅达20%。签约企业参展面积已达到规划目标,消费品、医疗和服务贸易3个展区签约面积均已超过规划面积,汽车展区也已接近饱和,“今年,参展企业普遍扩大展览面积,以世界500强和行业龙头企业为例,参展企业平均展览面积比第二届增加14%”。除了展览规模不断扩大,展区设置也进一步优化。据悉,今年共设置六大展区,分别是食品及农产品、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健,以及服务贸易展区。同时,结合全球热点和行业发展趋势,新设公共卫生防疫、节能环保、智慧出行和体育用品及赛事4个专区。

值得一提的是,常态化疫情防控下,传统招商方式效果受限,通过线上线下结合方式,本次进博会开启“云签约”“云洽谈”“云招展”。孙成海介绍,今年展商的质量更高,世界500强和行业龙头企业数量已达到往届规模;医疗器械及医药保健展区有90%的世界500强制药企业参展;排名前30位的医疗器械企业中,70%以上已确认参展;四大会计师事务所及全球排名前五位位的化妆品集团已全部确认参展;更有数十家企业申请连签未来三届进博会。据悉,多项新产品新技术新服务将亮相,其中不乏“全球首发、中国首展”。

前两届进博会已积累了资源宝库,孙成海介绍,本次进博会将充分利用前两届采购商数据,加强精准推介邀请;分析往届成交、海关、信贷等数据,梳理出4万家进口企业重点邀请,“我们将在第二届基础上,继续组织招商路演,重心下沉与扩大覆盖面结合,将采购基地、产业园区、区域消费中心城市作为重点,目前已组织七场区域性和两场行业性路演”。

第三届进博会的企业服务并不局限于招商阶段,还将不断优化展前、展中、线上、线下供需对接服务。据悉,进博局已分展区编录发布33期包括169家展商的638项展品或服务信息,定向推送专业采购商;举办消费品展区展商供需对接会,50余家展商与150多家采购商现场对接。下一步,将继续深化展商供应信息和采购需求信息线上发布,筹备展期大型贸易投资对接会。

进博会一系列筹备工作正紧锣密鼓展开。孙成海介绍,虹桥国际经济论坛正在加紧筹备,本届论坛将进一步丰富内容,发出更多“虹桥声音”,贡献更多“虹桥智慧”;继续推进“会员制+注册制”,吸纳国内外优质企业成为论坛会员。