

春节档看大片

春节六天票房2.6亿元,总场次7.5万场,观影人次约388万

上海电影市场三数据全国城市第一

本报讯(记者王彦)“电影+爆米花+可乐”的新年俗又回来了。大年初一到初六,上海电影市场拿下票房、场次、人次三项全国城市第一。

场,约388万人次观众走进影院,这三项数据均列全国城市第一。值得一提的是,总放映场次与人次均大大超过了其他一线城市,并高于去年上海自身的数据。

期结合、综合施策的指导与市场调控。疫情期间,上海先后出台《全力抗疫情助企业发展的若干政策措施》《上海市加快经济恢复和重振行动方案》等。

流。综合施策成果喜人,上海今年春节档的平均票价为67元,低于2022年的70元,得到观众认可。



内画技艺还原的《原神》标志性景观。(资料图片)

■本报记者 宣晶

“谁能想到我竟然通过二次元游戏了解中国民间文化呢!”艾玛·罗德里格斯在YouTube评论区留言,“令人惊叹的作品,这才是真正的艺术家和传统守护者。”

《流光拾遗之旅》首期发布仅三天,全网播放量就已超过400万。据悉,这是《原神》推出的一项长期项目,在超过200个国家和地区发行,制作了15种语言字幕的版本,向全球玩家展现中国非遗的魅力。

巧心思让非遗技艺走入年轻人生活

22块精心雕刻的木板,将爆款游戏《原神》中璃月地区“五夜叉”的画面雕刻成了飘逸动感的年画作品。

创作者杨乃东是国家级非物质文化遗产代表性项目杨家埠木板年画省级传承人。通常年画作品只有三到六种颜色,但这幅五夜叉年画使用了22种颜色,每种颜色都需要单独雕刻色版,总共需印刷22次才能完成一幅作品。

游戏生命力来自传统文化的创新表达

张贴木板年画,是过年期间的传统习俗,在《原神》幻想世界之内,还有一场盛大的节日热闹正酣。

在璃月地区,每年第一个月圆之夜为“海灯节”。相约海灯节,在这里体会传统文化魅力,已逐渐成为《原神》玩家群体每年的期盼和习惯。

今年海灯节的“纸映戏”灵感就来自中国传统皮影戏。在游戏中,“纸映戏”为“璃月”的一项传统技术,由纸制成的演员和幕布构成,在“手艺人”操作下可上演精彩好戏。

游戏产品的生命力来自研发团队对中国传统文化的创新表达。从《神女劈观》“纸映戏”,到新春节片《鱼灯》及纪录片《流光拾遗之旅》等,米哈游正持续努力让中华文化走出去。

非遗传承「破壁」二次元,海外玩家迷上中国文化

「创新传播模式,助推中华文化走出去」系列报道②

《原神》「海灯节」纸映戏「营造浓浓年味

兔年新春申城众多博物馆美术馆总计吸引73万人次参观

春节看大展、艺术过大年,已成申城新年俗

■本报记者 范昕

兔年新春,申城众多博物馆、美术馆推出的高品质文博艺术大展多达142项,形成丰盛的“文化艺术宴席”,总计吸引73万人次乐享,点“靓”假日文旅市场。

其中,凭借“从波提切利到梵高——英国国家美术馆珍藏展”这一重磅中外文化交流展,上海博物馆成为当之无愧的“顶流”,累计接待游客4.7万人次,同比增长81%,被称为“最强劲的流量对手可能是虹桥高铁站”。

长假期间,上海文化和艺术场馆协同发力汇聚的超强人气,具有风向标意义。这不仅意味着春节看大展、艺术过大年,已经成为颇具上海特色的新年俗,同时也为正在全面复苏和加快重振的申城文旅行业,书下有力注脚。

高品质的文化艺术宴席,最大程度激发观展热情

大年初四,申城气温几近冰点,从南京来上海旅游的张女士一家三口却在申城各大文化艺术展馆里,感受到盎然的春意。她向记者坦言:“来上海不知道多少次了,这次的主题就是看展。”



兔年新春,众多市民游客在上海博物馆参观“玉兔精灵”兔年迎春特别展览。

形成一道道别样的风景。例如,上海自然博物馆推出原创展览“玉兔东升”生肖展,解读人与自然和谐共生的理念;上海鲁迅纪念馆迎来“上海,你好——版图中的申城历史景观”,以版画刻录申城风貌的渐进变迁;“奥图之鉴:地图里的金山特展”登陆金山区博物馆,展示脚下热土过往的沧桑变迁。

上海开放的39家美术馆推出展览86项,接待游客23万人次,同比增长3%。中华艺术宫的“艺术百年·风光岁月——上海近现代美术作品展”、浦东美术馆的“绝美之境:那不勒斯国家考古博物馆珍藏展”、刘海粟美术馆的“慕琴生涯”展、上海当代艺术博物馆的“手工艺再兴”展、西岸美术馆的“她们与抽象”展、上海外滩美术馆的“暗语”等展览,从海派到国际,从传统到当代,为市民游客提供多元化文化艺术“餐点”。

春节假日,申城开放的72家博物馆共举办展览38场,接待游客50万人次,同比增长近62%。除了稳居人气C位的上海博物馆,其他博物馆各有特色的展览也

丰富多彩的年俗活动,让艺术过大年年味十足

博物馆、美术馆是城市的文化载体,不仅展示着丰富的艺术瑰宝,传承着深厚的中华文化,也承载着欢乐的节日记忆。兔年新春,申城众多博物馆、美术馆在展览之外,齐齐“上新”一连串形式多样、内涵丰富的年俗活动,形成年味十足的“加餐”,构筑出弘扬优秀传统文化、体验品质民俗活动项目和传递社会正能量的文化艺术共享空间。

中华艺术宫九米平台铺满红色“福字”地贴,与其中国红的建筑本身相得益彰,极富中国气派。观众拾阶而上,能够感受满满的“福气”萦绕四周。九米层玻璃房里也焕然一新,一幅幅寓意美好、造型各异、质朴与风雅的宝山蔡氏剪纸作品以“窗花”的样式贴满大厅,一派喜庆祥和。围绕中华民族传统节日习俗、深挖“福字”的文化密码,中华艺术宫一连开展16场“万福迎春 艺术胜地”主题活动。

馆。馆长陈翔偕市文联副主席、市书协主席丁申阳等7位知名书法艺术家现场挥毫,为观众送上一百份颇具文化气息的新年祝福。上海中国画院的青年艺术家庞飞、孔繁轩则与小粉丝们相约在“吉祥年画兔写兔”活动。许多小朋友是第一次接触水墨画,但经过艺术家的指导,纷纷跃跃欲试,把一只只小兔子画得生动又可爱,收获满满。

DIY兔年版画、剪纸丝网体验、迎财神橡皮章木刻水印刷制作……刘海粟美术馆以一场场别开生面的非遗体验活动,让市民游客将亲手创作的“小兔子”“财神爷”带回家,开启红红火火的一年。捏出萌趣十足的十二生肖黏土作品,闵行博物馆邀请知名超轻黏土手艺人徐时欢推出新春限定活动,现场教授观众。寻找展厅里的萌兔,感受“投壶”这一历史悠久的传统民俗游戏,奉贤博物馆开展的“兔年寻宝”“趣味投壶”等活动颇受欢迎。

形形色色的年俗活动,让博物馆、美术馆里的艺术过大年更具“迎新”的沉浸感与仪式感。

上海跻身全国都市旅游首选城市

(上接第一版)浦江游览接待游客7.24万人次,同比增长239%。

年轻人参与红色旅游热情高涨。中共一大纪念馆、中共四大纪念馆等红色场馆举办的升旗仪式,吸引了大量市民游客。全市推出各类文博展览142项,开放的72家博物馆举办展览38场,接待游客50万人次,同比增长61.86%。

上海迪士尼乐园、上海野生动物园、上海海洋公园、上海欢乐谷分别推出各类沉浸式主题体验和亲子互动活动,邀请游客共度欢乐奇幻的兔年春节。久事集团会同黄浦江沿岸各区推出的“新春团圆饭”“迎新自助餐”“龙船”醒狮贺岁等贺新春项目,让黄浦江游览假期接待游客达7.24万人次。

整体平均出租率达到50%;希尔顿酒店假期平均出租率保持在50%左右,环比上月增长约20个百分点;绿地酒店出租率达到70%以上;锦江国际集团上海地区8家高档酒店出租率约为60.28%。沪上乡村民宿入住率约为70%,其中“上海五星级乡村民宿”入住率超过95%。

“兔年春节上海迎来1000万人次游客,上海成为都市旅游首选城市之一。”市文化旅游局局长方世忠表示,“建筑可阅读”、“一江一河”游览、沪郊休闲度假、“观展赏灯夜购”等吸引了大量市民游客,这充分印证,只有突出上海文旅“都市型、综合性、国际化”特点,注重文旅供给侧结构性改革和扩大内需科学统筹,奋力推进文旅深度融合高质量发展,才能加快上海文旅行业的全面复苏和重振,更好构建起文旅领域国内大循环的中心节点和国际国内双循环的战略链接。

(上接第一版)前辈仍在不断开掘自己蓬勃的创作生命力,一批尚未抵达“导演的黄金创作年龄”的“后生”,已然成长为中国电影的成熟力量乃至中坚力量。

不过,倘若仅仅用导演的年龄来定义“新力量”,显然过于狭隘。在学者和业内人士看来,真正的“新力量”更彰显在每部影片末尾长长的字幕里。策划、制片、编剧、演员以及视效、制作所需要的科技人才……是这批中国电影工业、产业发展各个层面的人才,能为中国电影在不确定的全球产业变迁里赢得未来。

《流浪地球2》便是颇为典型的“新力量”彰显。片方发布的制作特辑里,影片台前幕后工作人员逾两万名。庞大的队伍让中国科幻电影以往诸多“不可能实现的任务”一一兑现,比如用生物技术结合人工智能使得演员能“时光倒流”地演绎自己的青年时代,比如将生产一个精准镜头的能力迭代为批量产出1000个的能力。凡此种种,都呈现出了中国电影工业化的最新标准。视效一流的《深海》亦有异曲同工之处,影片首创的“粒子水墨”在评论

中国电影再出发,在确定的信心中启程

家们看来拥有了中国动画走向世界的通行证。

中国观众对电影的消费需求仍在,只要好内容一直在

早在春节档开票前,一批海内外新片纷纷官宣定档,传递着后春节档的利好消息。对此,尹鸿保持审慎的乐观:“市场复苏并非一蹴而就,取决于充沛的产品供给,取决于观众。”观众,恰是所有学者、从业者认同的关键项。

饶曙光说,曾经,人才不离场、资本不离场、观众不离场是撑起中国成为全球第二大票仓的“铁三角”。历经三年疫情带来的行业寒冬,不可否认,其间有热钱退场,有一部分观众生疏了进影院观影的习惯。“如果说这个春节档我们能确定N件事,那么观众就是变数。”

今年春节档的几部新片折射着创作者适应观众需求、引领观众审美的多元路径。

在尹鸿看来,《满江红》是张艺谋对拓宽“观影人口”的有效尝试,“一部遵守了三一律的作品,一部融合了悬疑和喜剧类型的商业片,紧凑易懂又富于激情,对低频观影人群、尤其是一年只在春节看一次电影的群体更友好”。

程耳强烈的作者风格为《无名》带来了一定的观赏门槛。上海戏剧学院教授石川评价:“《无名》并不以故事线的峰回路转、跌宕起伏取胜,而是长于传递言外之意,以及那些只可意会、不可言说的细节和某些需要细细把玩、反复回味的弦外之音。”他和几位评论家一致认同,“中国电影市场需要这样的《无名》,也需要坚持个人风格的作者,以培育不同审美旨趣的观众”。

《熊出没·伴我“熊芯”》出现在春节档新片票房第三位,堪称意料之外又情理之中。这部由电视动画衍生而来的系列动画大电影自2013年至今以每个春节档交出一定新作频率,与小观众们不见不散,相对固定的受众基本盘已逼近十亿元。一部低幼IP收获“稳稳的幸福”,不只是瞅准了特定受众这一招牌。尹鸿说:“同一IP在多媒介的互文与共同创造,IP本身在不变中改变的自我创新能力,找准科幻、亲情等适应社会情绪的主题,以及在三维动画制作上的技术提升等,都能为中国电影创作者提供启示。”

有人曾预测:Z世代观众将告别影院。专家们的回答是:“未来一代观众的培养需要作为战略性任务投入长期的努力,只要内容在,观众就会在。今年春节档证明,只要类型足够丰富、故事足够好、内容足够硬核、情感足够饱满,观众就愿意走进影院,无关年龄。”