

《捉妖记》 《大圣归来》

的成功能否复制?

新华社记者 闫祥岭 史竞男

“成功只留给有准备的人”，《捉妖记》《大圣归来》两部影片不仅在创意、制作、营销等领域靠诚意打动了观众，更用国际电影流行表现手法，讲述了具有浓郁中国风、饱含向上向善正能量的故事，紧紧抓住了观众视觉和心理的双重审美要求，进而创下一个个票房纪录。

电影市场的“诚意之作”

“诚意之作”。这是在整个7月电影票房狂飙突进的过程中，观众给予《捉妖记》和《大圣归来》的直接评价。这个简洁明了的评价的背后，是两部影片排片率长时间维持高位，实现华丽逆袭，进而成为众多上映影片中最为耀眼两颗明珠。

《捉妖记》超越《泰囧》，创下华语电影票房纪录；《大圣归来》超越《功夫熊猫2》，成功登顶中国动画电影票房总冠军。前者把华语电影票房纪录进一步推高，让超越好莱坞大片不再遥远；后者直接把动画电影的纪录据为己有，把旗帜插上了动画电影的新高地。

“是时候让我们的猴子惊艳四方”“是时候让我们的神兽呼啸八荒”。这两部影片带给观众的观影体验是愉悦的，甚至带有明显的宣泄。以至于不少业内人士认为，这两部影片票房带有报复性色彩，代表了观众对当前流行的粉丝电影等类型片的不满。

无论是《捉妖记》浓郁的好莱坞制作技术和表现手法，还是《大圣归来》“八年磨一剑”，光是“动态分镜”环节就耗时两年多，杂糅中、美、日动画制作特长，将质量放在最重要的位置，这无疑也是电影能够成功的基础性因素。

中国艺术研究院副研究员刘藩说，《捉妖记》《大圣归来》创下一系列纪录的背后，是国产电影作品质量的不断提升，电影作品的多样化形态正在形成。

全流程融入创新元素

业内普遍认为，《捉妖记》和《大圣归来》的成功，在于遵循传统电影表达手法的同时，整部电影各个角度做到了最大程度的创新，这是其成功的最直接推动力。

《捉妖记》的魔幻色彩是开创性的，人与妖能够和谐共处，胡巴的形象更是前所未有。并不复杂但跌宕起伏的故事冲突，处处彰显出亲情、友情、爱情的纯真可贵。《大圣归来》创造了非同一般的超级英雄，家喻户晓的孙大圣长着一张长脸，失去了法力，内心迷茫无助，唐僧变成了前世的萌孩子“江流儿”。

从电影叙事模式，到人物形象设计，两部影片体现出新意，但是新意并不是荒诞，更不是离经叛道式的颠覆。

“电影讲述了用爱和勇气找回梦想，这是全世界观众能理解的内核。”《大圣归来》导演田晓鹏说。

电影运营方式上，这两部影片也极具新意，充分利用了现代传播渠道。《大圣归来》出品人路伟说：“如果是两年前，《大圣归来》不可能取得这个成绩。”路伟当初在“朋友圈”发起众筹，原定目标100万元，结果却带来了100多位投资人，筹到700万元。

现代传播渠道给影片带来口碑相传的口碑，突破了传统影片宣传途径，产生了令人惊奇的效果，更是直接影响了影片的排片率。在排片率逆袭后，《大圣归来》各方对主动宣传影片、被称为“自来水”的网友充满敬意和感激。博纳影业总裁于冬认为，这一切对中国电影传统“产供销”体系带来的变化是“革命性的”。

用现代电影工业手段讲述中国故事

如果说好莱坞大片极大满足了观众视觉审美需求，从而在商业电影上大获成功。那么《捉妖记》和《大圣归来》已经能够借助好莱坞电影工业的表现手法，开始无限接近这一视觉效果。尤为可贵的是，这两部影片用充满中国风的故事内核，开始在心理审美上让观众感受到无限愉悦。

中国电影家协会秘书长饶曙光说，中国传统文化中有很多可以挖掘的地方，光《西游记》就有无限空间，成为众多影视作品题材库，很多演绎作品受到观众欢迎。这座取之不尽的“精神富矿”，为当下提供了很多可以转化为形象符号的宝贵资源。

文化IP（知识产权）是经过若干年积累，生根于所在国文化、价值观的一种符号，往往承载在某个固定形象中。而中国传统IP相当丰富，比如《三国演义》《水浒传》《封神榜》等，都是历经千年、浸润中华文化基因和价值观的“超级IP”。“说到底，各国强势IP的传播力，在很大程度上代表了一国的文化软实力。”刘藩说。

不少业内人士认为，我国已经成为极具世界影响力的世界第二大电影市场，且在致力建设电影产业大国和产业强国，此时的电影文化尊严和电影文化品格应引起广泛关注。商业电影必然要注重市场，但是“真正好电影是能引起大多数人共鸣的，必须有向上的力量。”饶曙光说。

《大圣归来》影片投资方、横店影视总裁助理刘志江认为，《大圣归来》的成功证明了“积极向上”和“走市场”并不互相矛盾，运用现代电影工业手段，艺术化展现悠久深厚的民族文化，对文化经典进行贴合当下生活的改编，坚持向上向善的故事内核，兼顾时代精神和市场需求，应成为业内的主动追求。



“钱湖诗韵”五人摄影作品联展亮相

昨天，参观者在欣赏摄影作品。当日，“钱湖诗韵”五人摄影作品联展在宁波市月湖大广场第“群星展厅”展出。展览展出戴善祥、周峰、周春平、范世良、王积宏五位本土摄影师近年来在东湖钱湖拍摄的作品50余幅。此次展览由宁波市文化馆主办，将持续至8月16日。（记者 周建平 摄）



何超 夺冠

7月31日，何超在决赛中。当日，在俄罗斯喀山进行的第16届游泳世锦赛男子三米板决赛中，中国选手何超以555.05分的总成绩夺冠。（新华社发）

从“脏乱差”到“高大上”甬上部分网吧开始“华丽转身”

本报记者 周燕波 实习生 左秀媛

自从1998年诞生第一家网吧以来，我市互联网上网服务行业（俗称“网吧”）走过了近20年发展历程，经历了从无到有、从小到大、从盛到衰，再到艰难转型的市场沉浮。7月31日下午，记者从全市互联网上网服务行业转型升级推进会上获悉，2003年以后，随着家庭电脑的普及和上网费用的不断下降，宁波的网吧从风光无限逐渐陷入门庭冷落的困境。2013年前后，我市大部分网吧开始转型升级。大浪淘沙，一批以“网鱼网咖”“四合网苑”“墨啡网咖”“起点网咖”为代表的连锁品牌网吧脱颖而出，成为全市网吧转型升级的成功典范和标杆。

从硬件入手，一改“脏乱差”形象

逼仄的店堂，污浊的空气，昏暗的光线，几台电脑加游戏机，一群青少年在里面狂呼大叫……这曾是网吧留给人们的印象，网吧似乎成了“脏乱差”的代名词。如今甬上一些网吧

脱胎换骨，成了环境温馨舒适、文化氛围浓厚的知名“网咖”。散发着浓香咖啡的吧台，点缀着绿色盆栽植物的走廊，舒适高档的沙发椅子，屋内荡漾的轻音乐……顾客一走进这样清新、雅洁的网吧，马上享受到一种轻松、优雅的好心情。

宁波市四合网苑的经营负责人介绍，跟大多数网吧相似，四合网苑也走过了从低端逐渐走向高端的历程。前几年，他们对网吧场所进行全新装修，采取了舒适、淡雅又不失时尚的装修风格。城隍庙四合网苑除了设置不同功能的上网区域，还有休闲“水吧”“书吧”，让顾客犹如置身于高档会所。据市文广新闻出版局副巡视员李忠浩介绍，目前全市已有30%的网吧进行了装修，50%以上的网吧更换了座椅、电脑设备。宁波网吧“脏乱差”形象大大改观。

“微利时代”催生多元化经营

据业内人士介绍，在国外特别是美国国家，网吧经营模式以连锁经营为

主，它不单单是提供上网的场所，还是一个集休闲、娱乐、商务、社交于一体的公共文化空间。借鉴这种经营理念，网吧与咖啡厅相融合的新一代“网咖”应运而生。网咖生存也不再靠单一的计时收费为生，而是以网吧+X的模式向多元化业态发展。记者从会上了解到，原先网吧的经营收入100%来源于上网计时费，现在计时收费只占到网咖收成的七成左右，网咖收入实现“多点开花”。网咖经营内容包括以咖啡、奶茶为主的饮料，以电子竞技为主的网络赛事，以培训、维修、网购配送等内容为主的衍生服务等，这种多元化营利模式为网咖开辟了多渠道创收来源。

从单打独斗向连锁化、品牌化发展

多年来，除了少数的技术工作交给网管处理外，网吧的大小事务基本上是网吧老板一人包干，连收银之类的工作都要亲历亲为，这样的网吧更像是一个小卖铺。近年来，一些小规模网吧开始通过加盟品牌店、管理外包等形式走上

品牌化、连锁化的发展道路。创始于2009年的“起点网咖”经过6年发展，从最初的一家门店发展到目前的10多家门店。宁波墨啡网络科技有限公司专注开发网咖直营、加盟、托管等业务，如今“墨啡”已拥有直营门店4家，加盟连锁店5家，托管门店1家。其中墨啡城隍庙店主打电子竞技品牌，成为宁波电竞行业的领头羊。四合网苑目前在浙、皖地区有40多家门店，拥有百万漫游会员“粉丝”。

据北仑文化行业协会负责人介绍，2012年以来，北仑也有10多家网吧将内部管理承包给了宁波四合院网吧管理，另外还有几家加盟起点网吧。

市文广新闻出版局文化产业处提供的数据显示，目前，全市拥有1250家网吧经营场所，计算机终端10多万台，资产总额达6.2亿元，年主营收入4.2亿元，直接从业人员5000余人，创造了一定的社会效益。业界人士普遍认为，虽然受移动互联网的冲击影响，时下网吧业发展受到严峻挑战，但是，通过转型升级，宁波网吧业还是能迎来新的发展机遇。

7月全国电影票房达54.9亿元 国产电影创纪录

新华社北京8月1日电（记者史竞男）记者8月1日从国家电影资金办获悉，经初步统计，7月全国电影票房为54.9亿元，在连续打破日票房纪录和周票房纪录后，再次刷新中国电影市场月度票房纪录。

据了解，这一数字超过了2002年至2005年中国电影票房总和。

7月全国电影票房新纪录几乎全部由国产电影创造。国产片票房52.5亿元，占比95.6%。其中，《捉妖记》《西游记之大圣归来》《煎饼侠》三片联手贡献33.65亿元，占比超过六成。

7月处于电影暑期档，是全年除贺岁档、春节档、国庆档之外重要的黄金

档期。因其持续时间长、市场容量大，票房收入可观，过去5年，暑期档均贡献了全年四分之一的票房。

业内人士指出，新纪录的创造，得益于国产电影暑期档的抢眼表现，其中不乏票房与口碑双丰收的影片。如《西游记之大圣归来》创造了国产动画电影票房纪录，并引发“自来水”现象；《捉妖记》成为国产电影票房冠军，连续两周登顶美国票房机构制作的每周国际票房榜单，超越《小黄人大眼萌》《蚁人》《头脑特工队》等好莱坞影片。

此外，7月观影人次达到1.59亿。今年以来，中国电影市场已累计票房258.53亿元，国产片占比57.2%。

宁波市惠贞书院二十周年校庆公告

滔滔甬江，千载凝慧；赫赫忠贞，龙歌不辍。范氏至诚报桑梓，政府相携著华章。滋兰树蕙，耀日月之精光；蹈火呈辉，毓精英之芬芳。国运昌盛，逢乙未之诞辰；恭迎校庆，究往以开来；发扬婢房，继廿载之跨越；壮怀南天，崇书院之风范。

惠贞书院，底蕴深厚，源远流长，承载千年文化梦想。她始建于1995年，原名宁波市育才实验学校。1996年春，宁波市人民政府与以我国著名藏书家范钦后裔裔范鸿猷先生为首的范氏家族共同出资扩建，更名为宁波市惠贞书院。书院一校两区，小初高为一体，九年一贯，五四分段。建校之初，就确立了高投入、高起点、高阶段发展之目标。依托大开放、大发展的宁波经济文化之优势，拥抱丰富多元的世界文化，深探浙东文化之真谛，吸收书院文化之精要，建立独特特质的书院新文化。凝练教育智慧，把握教育趋向，彰显教育价值，确立以“礼善”为核心的学校文化；用视野、胸襟、信念践行“承精益求精之训、集东西教育之长、行明礼致善之道、求人性教育之真”的办学理念，传统与现代结合培根铸魂，东方与西方相容打造品牌，使惠贞书院成为宁波人民心中一所值得信任的学校。

惠贞书院将于2015年10月24日举行建校20周年华诞庆典。总结经验，展示成果，凝聚情谊，谋划发展。诚邀国内外历届校友，会集校网；盼社会各界人士，莅临盛举。襄大业，绘宏图，彰腾飞之气象；续辉煌，追梦想，呈灿烂之辉煌！特此公告，敬祈周知。

