



▲电影《后会无期》



▲电视剧《相爱十年》



▲电视剧《1又1/2的夏天》



▲电影《变形金刚4》



▲电影《沉睡魔咒》

上半场好莱坞大片，下半场国产人气电影

2013年内地暑期档总票房虽然达到58亿元，但无论是《环太平洋》还是《小时代》，都无法成为暑期档现象级票房电影。且国产片质量均遭口诛笔伐。相比之下，今年暑期档大片的表现格外令人期待。

今年暑期档，打头阵是好莱坞大片，从6月6日已经上映《明日边缘》起，《哥斯拉》、《变形金刚4》、《沉睡魔咒》、《摩纳哥王妃》、《美国骗局》等大片依次来袭，实力不容小觑。

值得注意的是，今年暑期档进口片档期有两个特征。第一是档期不相撞，档期最近的《明日边缘》和《哥斯拉》都相隔了一周；第二是《X战警》、《明日边缘》、《变形金刚4》3部大片均与美国同步上映，足见好莱坞对中国市场的重视。

经过几部好莱坞大片在6月的大战，7月主场换成了国产片。在暑期档后半程集体亮相的国产片，虽都不是大制作，但不乏像杨幂、高圆圆、周迅、韩寒、郭敬明等话题明星坐镇，一水的青春、爱情题材，自然也是瞄准了“80后”、“90后”这部分最主流的电影观众。

国产片中，《小时代3》和《后会无期》因为郭敬明和韩寒的分别执导，引来业内外人士的广泛热议，两部片子的话题性日益上升，随之而来的票房潜力也越来越巨大，被认为是7月电影票房的两匹“黑马”。7月和8月向来是暑期档的关键时期，今年国产片虽无超级大片助阵，但是中小成本国产片的崛起，让人对国产片的表现格外关注。

今年暑期国产新片的类型特征表现明显，如《闺蜜》主打“闺蜜情”，《白发魔女传》走魔幻路线，《秦时明月》大电影开启武侠动画之路，《京城81号》则填补国产“惊悚大片”的类型空白。不管这几部电影的最终票房如何，其类型创新精神都是值得肯定的。

暑期档开启，同样是各大卫视收视必争之地。有网友戏称，知道中国孩子有没有放暑假，看看《还珠格格》、《新白娘子传奇》、《西游记》有没有重播就知道，不过今年暑假，类似情况看不到了。

与以往相比，今年电视暑期档不再是古装剧的天下。近日，国家新闻出版广电总局电视剧司下发通知，要求各大电视台于7月1日至8月20日推出“中国梦”暑期档展播，共推荐包括《文房四宝》、《舰在亚丁湾》、《十月围城》、《邓小平》等127部电视剧。从片单来看，主旋律电视剧占半，如《舰在亚丁湾》、《军魂》、《刘少奇的国事家事》、《进城1949》等。另有反映国企改革、汶川地震等题材的电视剧《大路上》、《国家血脉》等。

此外，也有一部分明星主演的生活情感剧，如董洁和邓超主演的《相爱十年》、言承旭主演的《因为爱》等，基调都以正能量为主，而非吵吵闹闹的婆媳剧、轻喜剧。赵本山主演的《爹妈满院》、钟汉良主演的《十月围城》也进入推荐片单。

在推荐剧中，虽然也有古装剧如《孔子春秋》、《忽必烈传奇》、《王阳明》等，但与以往荧屏受宠的宫斗、玄幻、穿越、神话等古装题材大相径庭，此类剧目都是正剧范儿。

对此，许多网友表示：“坚决支持！要发挥娱乐引导正能量作用，尽量减少颓废、暗黑作品，给观众营造一个积极向上的氛围。”

在“中国梦”的大背景下，一线卫视着重播积极向下的青春偶像剧以吸引年轻观众，如东方卫视即将于6月25日开播《一又二分之一的夏天》，该剧堪称新版《致青春》，讲述了青春校园生活以及追寻音乐梦想的故事。

一些二三线卫视则会放弃少年观众，挑选一些乡村、年代题材主攻中老年人市场，推出《原乡》、《大村官》等符合“中国梦”的主题剧。

郑娜 鹿静月

虽然世界杯成了今年暑期档最热门的“节目”，但是2014年暑假，无论电视还是电影，精彩内容同样值得期待。电影方面，有着百余天上映时间、一向是最大票仓的暑期档汇集了好莱坞大片与国产人气电影；电视剧方面，今年暑期档主推“中国梦”正能量，针对学生观众的青春励志题材也跃然荧屏。

电影观众。

自恶搞电影《无极》的视频《一个馒头引发的血案》一夜成名后，类似作品便屡屡在公众聚焦社会热点的同时应运而生。2006年世界杯期间，《中国队勇夺世界杯》在互联网低俗问世，通过重新剪辑《教父》、《甲方乙方》等电影以及《新闻联播》《天气预报》等电视节目的画面，对国足夺得世界杯冠军历程进行了无厘头展现。

即使该届世界杯闭幕后，这部作品也时常被网民回味。巴西世界杯开幕前夕，《中国队勇夺世界杯2014》无节操问世，该作堪称8年前的升级版，技术手段明显进步，不仅找来了筷子兄弟做主演，还在继续揶揄国足的同时将食品安全、蓝翔技校培训、横店抗日神剧、

《舌尖上的中国》等高热话题调侃了一番。截至17日0时，《中国队勇夺世界杯2014》仅在优酷网就已达381.9万的播放次数。过去8年来，在世界杯期间恶搞国足的作品远不止这一部，诸如《国足在世界杯的“光荣”》、《国足也想来》等作品比比皆是，像“从未有一支球队在世界杯历史上两次战胜国足”、“C罗、梅西、内马尔等前锋从未在世界杯上攻破过国足大门”等对比比比皆是。

在已举办20届、有着84年历史的世界杯赛场，国足仅跻身一次，这样的表现与中国的GDP排名、奥运排名、人口基数、球迷数量相去甚远，每隔4年便会引发一次集中吐槽：“在中国，几乎每个大中小学都会有一个足球场，而它的主要功能是遛狗、泡妞”。梅西攻破波黑大门之前，有网友称“国足头号射手郜林与梅西在世界杯上的进球只差一个”。

中国足球只是球迷和网民在世界杯期间吐槽的素材之一。随着科技进步和自媒体时代的到来，世界杯除了为公众提供历时一个月的赛事外，还为大家提供了一个娱乐化的“参与”切口。每个昼夜，人们都在不厌其烦地在

微博、微信上更新着对赛场内外的发现、见解、感受，一旦具有传播价值的素材产生便会引来一拥而上，连朱广沪的“讨厌”解说也难免“躺枪”。

如今，几乎任何社会热点都不可避免地被公众“参与”，每个人都在“参与”中形成一种特殊的“存在”，并在“存在”中表达着诉求，这种诉求源于对当下的不满和对未来的憧憬，嬉笑怒骂间带有激将的意味。整体而言，这是无国足的世界杯期间足球娱乐文化本质在民间的回归，至少目前尚无公害。

世界杯 娱乐 文化回归

王昊飞 王春燕

大数据时代下，每个人都能找到自己在世界杯中的“存在”。8年后，一部向2006年《中国队勇夺世界杯》致敬的同名恶搞视频再度蹿红。人们与这两个视频裹挟下的讽刺主题同行，且愈发难以满足于老老实实地坐在电视机前看球，按捺不住地在吐槽、恶搞等“参与”中定位自己在世界杯的“存在”。

自恶搞电影《无极》的视频《一个馒头引发的血案》一夜成名后，类似作品便屡屡在公众聚焦社会热点的同时应运而生。2006年世界杯期间，《中国队勇夺世界杯》在互联网低俗问世，通过重新剪辑《教父》、《甲方乙方》等电影以及《新闻联播》《天气预报》等电视节目的画面，对国足夺得世界杯冠军历程进行了无厘头展现。

即使该届世界杯闭幕后，这部作品也时常被网民回味。巴西世界杯开幕前夕，《中国队勇夺世界杯2014》无节操问世，该作堪称8年前的升级版，技术手段明显进步，不仅找来了筷子兄弟做主演，还在继续揶揄国足的同时将食品安全、蓝翔技校培训、横店抗日神剧、

《舌尖上的中国》等高热话题调侃了一番。截至17日0时，《中国队勇夺世界杯2014》仅在优酷网就已达381.9万的播放次数。过去8年来，在世界杯期间恶搞国足的作品远不止这一部，诸如《国足在世界杯的“光荣”》、《国足也想来》等作品比比皆是，像“从未有一支球队在世界杯历史上两次战胜国足”、“C罗、梅西、内马尔等前锋从未在世界杯上攻破过国足大门”等对比比比皆是。

在已举办20届、有着84年历史的世界杯赛场，国足仅跻身一次，这样的表现与中国的GDP排名、奥运排名、人口基数、球迷数量相去甚远，每隔4年便会引发一次集中吐槽：“在中国，几乎每个大中小学都会有一个足球场，而它的主要功能是遛狗、泡妞”。梅西攻破波黑大门之前，有网友称“国足头号射手郜林与梅西在世界杯上的进球只差一个”。

中国足球只是球迷和网民在世界杯期间吐槽的素材之一。随着科技进步和自媒体时代的到来，世界杯除了为公众提供历时一个月的赛事外，还为大家提供了一个娱乐化的“参与”切口。每个昼夜，人们都在不厌其烦地在

微博、微信上更新着对赛场内外的发现、见解、感受，一旦具有传播价值的素材产生便会引来一拥而上，连朱广沪的“讨厌”解说也难免“躺枪”。

如今，几乎任何社会热点都不可避免地被公众“参与”，每个人都在“参与”中形成一种特殊的“存在”，并在“存在”中表达着诉求，这种诉求源于对当下的不满和对未来的憧憬，嬉笑怒骂间带有激将的意味。整体而言，这是无国足的世界杯期间足球娱乐文化本质在民间的回归，至少目前尚无公害。

在“中国梦”的大背景下，一线卫视着重播积极向下的青春偶像剧以吸引年轻观众，如东方卫视即将于6月25日开播《一又二分之一的夏天》，该剧堪称新版《致青春》，讲述了青春校园生活以及追寻音乐梦想的故事。

一些二三线卫视则会放弃少年观众，挑选一些乡村、年代题材主攻中老年人市场，推出《原乡》、《大村官》等符合“中国梦”的主题剧。

对此，许多网友表示：“坚决支持！要发挥娱乐引导正能量作用，尽量减少颓废、暗黑作品，给观众营造一个积极向上的氛围。”

在“中国梦”的大背景下，一线卫视着重播积极向下的青春偶像剧以吸引年轻观众，如东方卫视即将于6月25日开播《一又二分之一的夏天》，该剧堪称新版《致青春》，讲述了青春校园生活以及追寻音乐梦想的故事。

一些二三线卫视则会放弃少年观众，挑选一些乡村、年代题材主攻中老年人市场，推出《原乡》、《大村官》等符合“中国梦”的主题剧。

在“中国梦”的大背景下，一线卫视着重播积极向下的青春偶像剧以吸引年轻观众，如东方卫视即将于6月25日开播《一又二分之一的夏天》，该剧堪称新版《致青春》，讲述了青春校园生活以及追寻音乐梦想的故事。

神州

去年，曾代表台湾角逐奥斯卡的“零差评”电影《逆光飞翔》，登上大陆银幕，票房只有人民币772万元，被许多媒体称为“遗珠之恨”。近年，台湾电影在大陆折翼已经是屡见不鲜的现象。为什么台湾电影到大陆市场“水土不服”？如何改变目前的窘境？6月14日，作为海峡论坛的活动之一，第6届海峡影视季两岸电影座谈会在厦门举行，两岸电影人对台湾电影如何进一步开拓大陆市场进行了深入的探讨与研究。

台湾电影在大陆表现不佳

《那些年，我们追过的女孩》、《LOVE》、《赛德克·巴莱》、《星空》、《翻滚吧，阿信》、《鸡排英雄》……自2010年两岸签订了ECFA《海峡两岸经济合作框架协议》起，大陆电影院里放映的台湾电影越来越多。

然而，除了《那些年，我们追过的女孩》等个别电影，大部分台湾电影在内地票房并不理想。《鸡排英雄》在台湾的票房是约2500万元人民币，但在内地上映时仅仅取得120万元人民币；青春励志电影《翻滚吧，阿信》在台湾人气与口碑俱佳，在内地仅仅取得了620万元人民币票房；而去年，曾代表台湾角逐奥斯卡的“零差评”电影《逆光飞翔》，登上大陆银幕，票房只有772万元人民币。

为什么台湾电影在大陆会遭受“滑铁卢”？前来参加两岸电影座谈会的台湾知名导演冯凯认为，其中一个原因是台湾“文青”导演多，人文气息比较重，喜欢思考人文、艺术、社会价值，比较少思考观众想看什么，市场需要什么。“不是说这样不好，而是要把心再打开一点点。”冯凯说。

不只是“小清新”风格的文艺片在内地电影市场失灵，在福建恒业电影发行有限公司总经理陈辉看来，台湾电影强烈的本土意识也造成内地观众的观影障碍，“内地观众对台湾电影已经有了固化的认识，如果没有强有力的作品出现，就很难改变这种认识。”

治“水土不服”得有“大中华”概念

2013年，台湾年度电影票房前10名，台湾本土片占了一半以上，已全面覆盖台湾的华语电影市场。《大尾鲈鳗》、《总铺师》、《看见台湾》、《五月天诺亚方舟》、《志气》、《变身》都以强烈的“台湾意识”显现台湾观众的喜好。

这在许多台湾电影人看来，并不是一个好现象。台湾知名影人焦雄屏就犀利地指出：台湾电影离大华语圈越来越远。而台湾电影事业发展基金会董事长、著名导演朱延平则担心，长此以往，台湾电影会跟新马电影一样，难以走出自己的圈子，推广到海外。

“台湾电影应该走出来。”朱延平说，众所周知，台湾的电影市场比较小，“台湾拍电影的成本大多在2000万至5000万新台币左右，这种投资规模的电影在亚洲市场上面竞争非常吃力。”因为相较而言，在大陆，八九千万元人民币成本的电影比比皆是。像《窃听风云3》的成本大约8000万元人民币，也就是4亿元新台币，这在台湾是天文数字了，在大陆却只是中型电影。

2013年大陆电影票房突破200亿元人民币。与台湾相比，大陆最大的优势就是市场。以这次在海峡影视季颁奖典礼上获得“最受大陆观众欢迎的台湾电影”《甜蜜杀机》为例，这部电影的成本在5000万新台币左右，台湾票房只有2300万新台币左右，原本是赔钱的。但在大陆上映，第一天票房就达到650万元人民币，放映结束后在大陆的票房达到4000万元人民币，即2亿元新台币，回到投资方手上有六七千万新台币，变成赚钱。

“与大陆相比，台湾的优势在于有成熟的导演和编剧，有很强的制作团队。”陈辉表示。他认为，台湾电影不用过于焦虑，大陆电影在台湾同样也水土不服，票房更为惨淡。解决的办法只有一个，就是携起手来合作。

去年，福建恒业电影出品的《被偷走的那五年》在大陆拿下1.45亿元票房，随后在台湾夺取1806万元人民币票房，成为截至目前台湾最卖座的大陆电影。以他们的经验而言，一部电影要在两岸同时受到欢迎，最重要的是从创作到发行都得有“大中华”概念，“剧情、台词、服装，两岸三地都可以接受，都不排斥，这就是成功的第一步。”陈辉说。

中法皮影戏《黔行》在京上演

作为“2014中法文化之春”活动之一，由法国视觉艺术家朱莉·德德斯·德斯德哈特导演、艺术家晓丹和毛毛共同创作的皮影戏《黔行》近日在京上演。这是一台综合了投影艺术和苗族蜡染手工艺的皮影戏，长30分钟，于近期亮相北京东城区“杂家计划”空间。

《黔行》讲述了3个人的故事：一位法国视觉艺术家飞向贵州，只为寻找一件美丽的大衣；一名布依族的舞者从贵州的大山坐火车去城市；还有一位辽宁的传统皮影戏艺人北京安顿下来，为传统的皮影戏技艺寻新的生机。他们随之而来的旅行和发现引起了一些思考：明日的中国会是什么样？城市里的中国和乡村里的中国又是什么样？多面的中国和沿袭祖先传统的中国，同时面对着过去和未来，又该何去何从呢？火车仍在飞速前进，每个人都带着自己认为好的东西继续走下去。

(鹿静月)

音乐剧《爱上邓丽君》众筹发售

修排版音乐剧《爱上邓丽君》于6月14日起在北京驻演50场，其门票采取在众筹网众筹的形式发售，观众将买到“出厂价”门票。

据悉，音乐剧《爱上邓丽君》此次与众筹网合作，双方共同承担项目成本风险，共享演出票房收益。剧目通过众筹网戏剧会网络实行点对点的项目传播。同时，开放微信平台购票，大幅度压缩经营推广的费用，所节省下来的费用比照民航购票的优惠方法，根据购票时间的不同享受优惠，让观众买到真正是“出厂价”的票。《爱上邓丽君》此次采取众筹模式，以公开透明的形式，省去了票务代理等环节，让观众以合适的价格欣赏艺术，被认为对中国音乐剧的发展有着借鉴意义。

(于芳芳)



▲《逆光飞翔》



▲《被偷走的那五年》

本报记者 郑娜

台湾电影进入大陆，如何治疗「水土不服」