

据华商报 在观众为电影《2012》中10亿欧元买到一张通往生存、跨越死亡的诺亚方舟船票感慨时，淘宝网上已经开始卖2012年方舟门票了。门票价格7元到99999999.00元。卖家还特别提醒：“本票为卓明码头登船，淘宝上所售其他码头登船的方舟船票均为假票。客票价系旅客乘坐方舟的票价，不包括乘客往返码头的交通费用……”

——谁说中国人缺乏想象力，这算不算一个“文化创意产业思维”？既然电影里的方舟荣生地建在中国，咱本地人要是看不见商机，错过赚大钱的机会哪行啊？怎么也得在地球毁灭之前把咱货了30年的按揭房款给一次付清了——这是典型的赚感觉的产业创意——当人们生活衣食无忧时，很大一部分的消费买的不再只是物品，而还有一份感觉，比如梦想、亲密、刺激、骄傲……

## 《熊猫大侠》被评“贱片” 导演王岳伦开心认“贱”

据每日经济新闻 《熊猫大侠》打响今年贺岁档头炮。有媒体把恶搞成性的《熊猫大侠》定义为“贱片”，导演王岳伦开心认“贱”，称“贱是褒义词。”在2009年度华语电影十大短片评选活动中，《熊猫大侠》的身影赫然出现于其中。影评人们用了最恶劣的词语来形容这部电影，不过《熊猫大侠》上映后，在银幕被《2012》大规模占据的情况下票房迅速过千万。

——有人斥《熊猫大侠》毫无营养，但是票房火爆让导演对这一斤责“轻松笑纳”。也是，我要是导演也会持此态度。因为人家电影的功底很清楚，你硬要用另一种功能的标准去批评，就如同人家做的是大衣柜，你非要用用电冰箱的标准去评价，自然样样不合格——有些影评人写影评专用高雅占上风，不仅扰乱市场，还显得很弱智。

## 刘翔裤子碎片卖 500 万 被问是神话还是笑话？

据解放日报 全运会夺金之后，刘翔的运动裤刚刚被抛上看台，立即就被观众们抢成了碎片。近日，有人在网上发帖称，手中握有刘翔裤子碎片中最大的一块，打算拿出来拍卖，开价3万元。无独有偶，另外有个网友称，他才是第一个抢到刘翔裤子的人，他的要价是500万元。

——在商业社会，任何东西、任何现象都可以换算成金钱。有个英国机构将婚姻中男女获得的好处换算成金钱，结果男女对待婚姻不同态度的原因，比社会学家分析得都清楚。刘翔的裤子碎片值多少钱，用他接拍广告的全套算一下就很清楚了，500万元钱可能超值，可能不值——因为“偶像消费”的背后是市场这只手在操纵，笑话这件事，不如找找还有什么类似的商机更实惠。

## 王世襄逝世有人感叹 情趣生活从此成绝响

据中国青年报 12月1日，媒体刊出“天下第一玩主”王世襄先生逝世的消息。多数文章给他所生的头衔有“文物专家”、“学者”、“文物鉴赏家”、“收藏家”，其实，这些头衔远未穷尽王先生的成就。他擅长书法，擅称“书法家”，又精通饮食之道，写过谈吃的美文，称之为“美食家”并不夸张……有人感叹，随着王先生的辞世，“生活情趣化”有成为绝响的危险。

——功利的社会需要“情趣”来平衡，因为人在名利追求中很容易陷入“粗鄙”。但是情趣实在是有的门槛的，没有文学修养、文化底蕴，甚至玩情趣的“手艺”，想玩情趣是件很难的事——赚钱能一夜暴富，情趣修养也许几代才能养成。养生保健、拼命赚钱也许能让生命延长拔高，要是能让自己培育出情趣，却能让生命丰满、美好，让人活得有意义，也有意思。

能承担着指向世界的文化职能，而现实却是，除了大投资、大制作、大场景，玩“人海战术”和“装修大师”的功夫外，我们越来越多的大片缺少文化含量。

对此，北京电影学院教授黄式宪也曾直言：“票房过亿的《投名状》和《赤壁》这类大片，在文化品位上出现了令人惊诧的颓落或沉沦。这些电影唯票房马首是瞻，玩的是造型奇观，所缺的恰恰是我们民族文化的主体性。”

自2001年的《英雄》以来，中国大片已走过近10年历程，尽管目前每部大片几乎都取得了高票房，但却弥漫着极大的“文化泡沫”。因此，中国大片要打破口碑魔咒，就必须从文化上解决问题。肖鹰直言：“从玩技术、玩阴暗、玩噱头的误区中跳出来，赋予影片深厚的文化内涵和大爱情怀才是中国大片导演们面临的下一个挑战。”

肖鹰认为，既不能直面人性的缺陷，也无力张扬人性的大爱，这是中国大片不能带给观众真正感动的原因。

此外，缺少格调也是中国大片的致命伤。即使是被誉为中国主流大片优秀代表作的《集结号》，在肖鹰看来，却也因为精神空洞而不能带给观众真正的感动。而《英雄》中导演设计的万箭齐发的炫丽场面，观众为之震撼的是导演赋予暴君秦王的霸王淫威，而非英雄的力量。肖鹰还指出，大片与普通商业娱乐片的不同在于，它超现实主义的文化叙事功

## 《2012》热映 引发文化学者质问

# 国产大片何时不再晦涩

赵凤兰

人性光辉都在扭曲阴暗精神的掩盖下悄然沦丧。

“这类电影的共同特点是血腥、残暴而阴暗——一种下水道风格。”肖鹰直言不讳地说，电影刻画人性地狱，是为了衬托博爱天堂，但这些影片除了地狱还是地狱。在他看来，中国缺少能把中华民族最强健的精神内力和人性之爱深刻呈现出来的电影家，大片导演们靠玩奢靡的场景和阴暗的心性作噱头招徕观众。肖鹰认为，既不能直面人性的缺

## 热点

观众普遍反映，与美国大片《勇敢的心》、《真实的谎言》、《阿甘正传》等相比，国内一些大片却阴暗、晦涩，很多角色内心充满了仇恨和变态，如《夜宴》除了乱伦和奸杀，没有一丝人性光芒；《风声》把抗日战争中的地下抵抗演绎为令人发指的刑法联案外，并没有表达出真正的救亡意义；表现兄弟残酷无情的《投名状》、夫妻同床异梦的《满城尽带黄金甲》、朋友背信弃义的《十面埋伏》、救人反遭陷害的《墨攻》、舍身承诺的《英雄》等，应当凸显的

## 关注

## 近百场活动、43 万人次参加、19 万专业人士到场，第四届文博会促成了大批文化创意项目签约和获得大额信贷支持。

# 文化创意，经济增长新引擎

本报记者 张楠 文/图

司、互动电视传媒及动画制作平台等6个合作项目……

但良好的势头面前，依然有隐忧。面对产业起步规模大、起点高的趋势，北京师范大学文化创意产业研究院执行院长肖永亮教授指出，现在建设公共技术服务平台一般都是一比较大的项目，但是，目前的问题是使用率比较低，存在相互攀比和模仿下的重复建设，缺乏或者根本没有有效的管理机制，专业管理和技术人才队伍建设也不足。

北京大学城市与环境学院王辉慈教授也认为，文化创意产业最根本的，首先属于经济范畴，其次才属于文化范畴，它必须以创意为根本手段，因此，人才一定是第一资源。有运营能力和文化视野的经营人才至关重要，其次是创意人才，名人明星和经纪人，这方面我们还有很大差距。

## 旧工业建筑新生——建立文化创意集聚区

随着从工业化到后工业化的转型以及城市化进程的加速，一批大工业时代的中坚力量逐渐退出城市，淡出人们的视野，而余下旧的厂房还在向人们诉说着昔日的辉煌。如何保护和利用这些旧工业建筑，成为中国城市更新升级的重要规划和文化问题，城市的现代



影视制作、动漫游戏、演艺娱乐，博览会内容之多让人目不暇接。

## 言论

# 票房注水伤害产业未来

韩浩月

偷偷摸摸地把之前注水的部分填满。之所以电影票房发行方说多少就是多少，想让它是多少就是多少，归根结底是票房统计没有由公正的第三方提供。这个权利不能放到院线手里，也不能放到发行商手里，而应该由电影管理部门牵头，成立一个专门针对电影票房进行精确统计的公益机构，为观众提供翔实的信息参考。

不过，最简单的方法还是加强行业自律，制作方和发行方先要有诚信意识，多在提高影片质量上下功夫，别没事乱琢磨怎么在票房上做手脚。做来做去，究竟赚了多少钱

## 人物

## 卢和民与他的电影情缘

本报记者 张宪 本报通讯员 李德明 图/文

机到哈尔滨、西安、南宁等地走访搜集。

卢和民对电影的痴迷，来源于童年的记忆。“小时候，一听说周边十里八村放电影，就像过年一样高兴。什么《南征北战》、《英雄儿女》、《小兵张嘎》。这些老电影我不知道追着村看了多少次。”卢和民说，“当时我就想，长大后给乡亲们放电影，让大伙天天有电影看。”

改革开放后，卢和民靠自己的勤劳和智慧，成为当地小有名气的民营企业家。富翁般的卢和民一直想实现儿时的愿望。2004年，他聘请了一个老放映员专门免费给乡亲们放电影。

《阿童木》上映后，发行方称“首映3日票房过4000万”，而据中国电影报报道，实际数据显示，这部电影首映3天的票房不过1700万元，随着媒体关注度的提高，有业内人士表示，“超过八成电影的票房都有或轻或重的水分”。

票房注水，八成电影难逃其咎，可见这种行为在电影界是多么普遍。凡是和电影圈有所接触的人，都应该知道，票房注水几乎成了电影行业的潜规则，几乎没有任何新奇可言。一开始，只是少量电影虚报一下票房，没想到效果奇好，电影放映机、电影海报，不管还有没有效果，反正大家都要习惯性地虚报一下。

虚报票房之所以如此盛行，因为它是最低不需要创意、最好操作也是最廉价的宣传方式。它是电影进入全面工业化前期的一个必由之路，伴随它同步发生的，还有电影创作的盲目跟风，对情色、暴力的无规则运用，裸替、临时演员欠薪、拍片污染环境等等，都是电影

上世纪60年代出生的人，正赶上那个文化生活匮乏的年代，看电影曾经是一代人抹不掉的温馨记忆。

有这样一个人，自幼痴迷电影，事业成功后醉心收藏电影，还义务为员工和乡亲们放电影，与电影结下不解的情缘。这个人叫卢和民，是河北省文安县的一位普通农民；一个年纳税几十万的民企老板；一位声名远播的电影收藏家；一位乡村义务电影放映员。

今年46岁的卢和民，是一家木业有限公司的总经理。走进他的公司，你会看到到处码放着电影拷贝、电影放映机、电影海报，电影拷贝能把一间挺大的储藏室填得进不了人。卢和民告诉记者，他手里面有国内外各类影片3000多部，拷贝总数上万个，仅电影放映机就有5台。卢和民说，为了购买这些电影拷贝，他先后投资150多万元，跑遍了大半个中国。他还曾经为了一部心爱的影片，坐飞

美国大片《2012》自公映以来，叫好和非议声并存。在片中，地球如巧克力片融化般的末世灾难影像给观众致命的打击。于是，有人提出“叫停”《2012》，还下一代一个美好、充满愿景的未来。对此，清华大学美学教授肖鹰反驳说：“真正摧毁下一代的不是《2012》，而是某些阴暗、晦涩的中国大片。”

肖鹰认为，《2012》虽不是美国大片中的至上精品，但仍可称作佳作。它表面呈现的是一场灾难，实质宣扬的却是灾难面前人们共赴危难的情怀以及如何深入地去爱，它传递出的不是悲观和绝望，而是一种温暖的力量。无论拍摄多么惨烈和恐怖题材，都时刻不忘对人性的开掘和对理想、情爱的表达，这正是美国一些大片的高明之处。而相形之下，一些国内大片，无论是《英雄》《无极》《满城尽带黄金甲》，还是《夜宴》《风声》，都缺少人性的光芒和人类的大爱情怀。

## 艺闻

## 文化部将全面整治网游网吧

本报讯 2010年初，文化部将集中两到三个月时间，以加强网络游戏监管、治理网吧、打击非法演出和假冒为重点，进一步完善文化产品内容审查、运营监管的体制机制，切实加强文化市场监管。

网络游戏企业要设立专门的内容审核部门，配备经文化部门培训考核的专业人员，对游戏产品进行自查审查。加快筹建全国及地方网络游戏行业协会，建立和完善行业自律公约，引导网络游戏企业增强社会责任感。省级文化行政部门要对本行政区域内从事网络游戏经营活动的企业开展一次全面梳理，对本行政区域经营的网络游戏产品进行全面排查，对本行政区网络游戏产品运营的内容逐一进行网上巡查，坚决查处、封堵利用互联网对运营的网络游戏产品进行格调低俗的宣传、运营宣扬低俗、色情、赌博、暴力等内容的网络游戏产品等违法网络游戏。

此外，文化管理部门还将加大对网吧违规接纳未成年人的打击力度，强化网络音乐、手机音乐等网络文化产品的管理，加强营业性演出市场监管，加大对非法演出和假冒的打击力度。（文化）

## 跨界盛典京城升温 文化精英角逐品位成功人物奖

本报讯 12月4日，在北京国家体育馆，由《芭莎男士》杂志举办的“中国品位成功年度人物颁奖典礼暨绝对吸引力派对”即将拉开帷幕，包括韩三平、唐骏、马云、沈国军、史玉柱、沈南鹏、王中军、王中磊、熊晓鸽，还有热辣炙手的华强东将在在内的40位跨界“牛”人将就“2009品位成功年度人物”一系列奖项展开角逐。

由时尚集团倾力打造的《芭莎男士》是国际名刊《Harper's BAZAAR》百年历史上的第一个男士版本，也是中国第一本商业品位男性杂志。“中国品位成功年度人物颁奖典礼”自《芭莎男士》独立出版以来，已经成功举办两届。正如英国前首相《芭莎男士》封面人物托尼·布莱尔在专为上届《芭莎男士品位成功领袖会》录制的贺词中所说:《芭莎男士》不仅塑造优雅的男士品位，更关注着这个世界令人瞩目的商业文化。这是这本杂志的风骨与底气，而一年一度的“中国品位成功人物”，则是以这种骨血气质与眼光为新商业文明搭建的最具魅力的展现平台。（文艺）

## 西部画家丁厚生 画展在北京开幕

本报讯 12月1日，中国四川西部画家丁厚生画展在北京吴东魁艺术馆举行。

丁厚生抗战时期入川，定居成都，继承家传学习山水，师从黄纯尧，同时得到罗其鑫、关成厚、蓝清树诸位老师的教导，现为四川省中国西部书画研究院高级画师，成都翰林艺术学院教授。作品多次参加国内画展，并出版《丁厚生写生集》、《丁厚生山水画选》。

丁厚生先生年逾八旬，仍不畏劳苦艰危，跋涉攀登在崎岖陡峭的蜀西，龙门山一带的崇山峻岭之间。他对大自然■对中国山水画的热爱，已到了痴迷的境地。其画作坚持“外师造化，中得心源”。他埋头创作，心无旁骛，淡泊处世，唯有在写生和创作中追求心灵的愉悦和满足。本次展览展出丁厚生首创的大幅面水墨山水风味的铅笔山水画，展现了蜀西三州包括阿坝州卧龙、甘孜、凉山、龙门山脉一带壮丽的山川风光。其中相当一部分展现了蜀地5·12大地震前的山水风貌。（文艺）

## 北方最大玉石文化集散地落户北京高碑店

本报讯 北方最大玉石文化集散地落户北京朝阳高碑店。近2万平方米的展示、生产、交易、赏玩、休闲的玉石文化中心落成，为京城老百姓提供一处“淘玉”新处所。

据高碑店村相关负责人透露，北京朝阳高碑店村在积极引进玉器园区的同时，积极发展文化创意产业，现在已经有6个博物馆落户高碑店村。未来高碑店还将会逐步配套皇最造办拍卖大厅、玉石拍卖、特色酒吧、茶坊、餐饮等。

据了解，坐落在北京高碑店文化新大街的皇最造办文化创意产业园集合了青海、新疆、广东四大、广东揭阳等地的玉石精品。这里最大的特点是商品均来自玉石产地，且为当地业界知名的珠宝玉石品牌企业。产品品种覆盖了从一般的珠宝玉石产品、原石，到国宾礼宾级的玉石工艺精品，不仅能够满足珠宝玉石收藏家、投资者、爱好者的需求，也为普通老百姓提供了一个挑选自己喜欢翡翠珠宝玉石的场所。（文艺）