

中国儿艺大型儿童剧《心愿》中秋节首演

本报讯 中秋节当天,中国儿艺2013新创大型儿童剧《心愿》在中国儿童剧场温暖上演,用实现“心愿”的别样方式陪观众度过了一个难忘的“剧场中秋佳节”。
大型儿童剧《心愿》是一部关注当代儿童心声心愿的现实主义作品,由中国儿艺著名编剧郭馨阳担纲剧本创作,空政电视艺术中心国家一级导演王向明倾情执导。该剧取材真实人物故事,讲述了一个身患绝症的蒙古族小姑娘托娅渴望当上升旗手,梦想着有一天能到天安门看升旗仪式,却在生命最后做出了一个令众人意想不到的决定,用一种特殊而又有意义的方式实现自己心愿的故事。这部戏几乎每个角色都有鲜明的人物个性,令人过目不忘。除了表现手法和演绎手段的创新,《心愿》的最大亮点就是全剧处处洋溢着浓郁的蒙古族风情。据悉,该剧已列入2013年国家艺术院团演出季的展演剧目。(唐冉)

“艺蕴陶然三人雕塑作品展”亮相大剧院

本报讯 (记者赵亮)9月22日,“艺蕴陶然——田世信、郑玉奎、宋晓玲三人雕塑作品展”在国家大剧院艺术沙龙展厅开幕。此次展览是国家大剧院特别策划的表演艺术题材雕塑展,其中包括《牡丹亭》、《贵妃醉酒》、《西厢记》等戏曲经典题材作品20余件。

三位艺术家的作品各有千秋。田世信先生的作品老辣古朴,铿锵有力。郑玉奎先生与宋晓玲女士的作品别出心裁地烘托人物的独特性格。据大剧院相关负责人介绍,自建院以来,大剧院不仅向中外观众呈现高水准的演出,同时也致力于展览、收藏优秀艺术成果。本次展览后,部分作品将被大剧院收藏。目前,大剧院藏品已有5000余件(套)。本次展览将持续至10月21日。

360影视手机APP上线

本报讯 (记者蒋蕙)9月10日下午,中国最大的影视剧分发平台360影视与郭富城、孙红雷带领的电影《全民目击》主创团队举行联合启动仪式,宣布360影视手机移动端在9月16日正式上线,并与电影《全民目击》进行深度全面合作。

360影视手机客户端将以用户个性化订阅为基本产品理念,同时具有智能离线下载的“魔法口袋”功能,此次发布的360影视大全APP也是目前在移动平台上影视资源最全的客户端。360公司副总裁于光东表示,360影视将搭建影视产业平台,与娱乐产业进行更加深度、紧密的合作,同时360影视也将持续完善产品,更好地满足用户和影视合作方的多样需求。

东北油画艺术邀请展将举办

本报讯 由中共沈阳市委宣传部、沈阳市文学艺术界联合会主办的“黑土地之歌——东北油画艺术邀请展”将于9月30日在北京中国美术馆举办。共展出68名画家的不同时期的代表作品170余幅。

据悉,“黑土地之歌——东北油画艺术邀请展”具有征集作品范围广、参展作品质量高、艺术创作风格多样等特点。展出作品创作题材广泛,表现形式多样,多种艺术语言追求个性表述,具有扎实的艺术本源性,更彰显不拘一格的探索和创新精神。(源源)

姚林辉中秋晚会演绎流行经典

本报讯 “梅州·中秋情”——2013年中央电视台中秋晚会9月19日晚在“世界客都”广东省梅州市梅县文体中心完美呈现,为全球华人献上一场120分钟“简约而不简单”的精彩演出。彝族青年歌唱家姚林辉在晚会上与歌唱家齐峰合唱了一首经典歌曲《城里的月光》。两人深情真挚的演唱,娓娓诉说的心声深深打动了观众。

多年来姚林辉始终坚持作词、作曲并演唱,创作了大量脍炙人口的优秀作品,被音乐界专家和广大观众誉为“民歌原创歌者第一人”,“歌坛的唱作才女”。这次演唱流行歌曲,姚林辉表示,我平常是唱民歌的,但民歌跟流行歌曲之间没有藩篱和界限,亲切、动听,应该成为听众最简单的诉求。(绍弦)

北京卫视推出综艺健康节目

本报讯 继《最美和声》后,北京卫视推出一档全新健康节目——《我是大医生》。这是一档以权威医生主持团为核心的综艺健康节目。

北京电视台卫视频道副主任张丽介绍说:《我是大医生》与其他健康节目最大的区别就是,采取了医生主持团的概念,节目主持人本身就是医生,一般健康节目的观众都是中老年人,我们希望通过这种更时尚、更有活力的节目形式,让更多年轻人能够关注自己和家人的健康。”《我是大医生》已完成第一、二期的节目录制,节目预计将于今年10月与全国观众见面。(郭珊)

中宁获评“中国枸杞文化之乡”

本报讯 (记者马学礼)9月16日,2013中国—阿拉伯国家博览会中国枸杞论坛暨中宁枸杞文化节在宁夏中宁县开幕,“枸杞之乡”中宁县被评为“中国枸杞文化之乡”。

“中宁枸杞是宁夏的一张名片,很多外地人了解宁夏,是从宁夏枸杞开始的。”中国民间文艺家协会副主席王勇超这样评价中宁枸杞。在2500多年的培育种植史中,枸杞文化渐渐形成并传承至今。《诗经》、《神农本草经》、《本草纲目》、《中华药典》等文学作品或药学经典都对中宁枸杞有过精辟的药理论述或文学描述。近年来,当地还出版了1000多字的枸杞文化书籍。

关注

目前国产单机游戏的题材大多集中于武侠、三国等,游戏种类也较为单一。尽管已经占据较大的市场份额,但是国产网游的品牌影响力仍然不足。

国产游戏的“春天”在何方?

□本报记者 赵昂



《仙剑奇侠传5:前传》海报

单机游戏题材过于单一

就在《开心农场》关闭的8月里,国产单机游戏迎来了多年未见的火爆场景,“三剑齐发”——被国内玩家认为代表国内单机游戏较高水平的三款著名游戏:《轩辕剑》、《仙剑奇侠传》和《古剑奇谭》。其中《仙剑奇侠传5:前传》的上市时间较早,为今年1月15日,但也在8月中旬正式公布了包含首部DLC在内的铁盒完全版游戏,将在9月27日正式上市。

尽管玩家们对新“三剑”的同时上市感到欣喜,但业内人士却并不乐观,因为这已经是国产单机游戏的仅存“家当”了。

根据中国出版工作者协会游戏工作委员会的数据,2012年中国游戏市场实际销售收入为602.8亿元,而中国单机游戏市场实际销售收入0.75亿元,占游戏市场总收入的0.12%。而国产单机游戏的发行款数,已经从2005年的71款下降到2012年的5款。

国产单机游戏款数大幅度减少的背后,则是题材日渐单一化。国产“三剑”无一例外都是中国特色的武侠题材,且制作团队之间存在一定关联,这导致了这三款知名游戏在故事脉络和画面形象上存在的类似。目前国产单机游戏的题材大多集中于武侠、三国等,游戏种类也较为单一。

不过,即便是国产知名单机游戏,在人气上也无法与国外的单机游戏相比。据相关数据的分析结果,2012年国内单机游戏人气最高的为美国的暴雪娱乐开发的《魔兽争霸3》,人气高达608万,位列第二的也是暴雪开发的《暗黑破坏神》,位列第三的是来自日本的Capcom股份有限公司开发的《鬼泣4》。

与国产单机游戏的题材和玩法单一相

对应的是,受到国内玩家热捧的进口单机游戏,涵盖了动作射击类、模拟经营类、即时战略类等多种题材,题材从模拟真实世界的生活,到深入奇幻世界进行探险不一而足。与此同时,盗版、价位过高以及网游冲击市场,使得国产单机游戏的复兴之路并不平坦。

网络游戏从代理到出口

相比于国产单机游戏的困境,国产网络游戏的情况要好很多。仅2012年上半年,中国网游整体用户规模就超过了3亿人,全年网络游戏市场实际销售收入569.6亿元,占中国游戏市场实际销售收入的94%,其中7成以上的市场份额被国产网游占据。

网络游戏市场实际销售收入包括客户端网络游戏实际销售收入、网页游戏市场实际销售收入和社交游戏市场实际销售收入,其中客户端网络游戏就是人们所熟知的传统“网游”。目前,传统的客户端网络游戏依然是市场的主力,中国的游戏公司正逐渐从外国网游的代理商变成本土网游的研发商。

根据文化部的《2012中国网络游戏市场年度报告》,已经在国内市场占据大部分“江山”的国产网游正在尝试走出国门。就在今年8月21日至25日,全球规模最大的综合性互动式游戏软件、信息软件和硬件设备行业展会“2013德国科隆游戏展”上,中国网游也集体亮相,赢得了国外玩家的关注。中国展团企

业共与350家海外游戏企业进行了洽谈,实现意向交易总额2960万美元。

有业内人士告诉记者,中国游戏在国际市场的主要竞争优势来源于成本。一款国内的手机游戏,开发成本在100万元人民币左右,而一款网页游戏则在300万元左右,而同样的游戏若在国外开发,成本可能要增加数倍之多,“一些带有中国特色的题材,在国外容易受到欢迎。”去年出口的66款游戏中,和“三国”有关的就有9款,半数以上是历史和武侠类题材。

尽管已经占据较大的市场份额,但是国产网游的品牌影响力仍然不足,根据百度对网游的搜索排行榜显示,排名前三位的分别是美国Riot Games公司的《英雄联盟》、韩国Neople公司的《地下城与勇士》、以及韩国Smile Gates公司开发的《穿越火线》。

非客户端网游的未来在哪?

随着手机互联网的普及,中国客户端网络游戏的市场占有率已经从2008年的94.4%下降到2012年的74.9%。与传统的客户端网络游戏的代表企业联众为例,其旗下的网页游戏产品《联众天天斗地主》日均用户数量已经突破百万人。而移动游戏市场上,已有多款月收入超千万的游戏产品。

中国游戏的“春天”在哪里,已经不言而喻。

幅最大的为社交游戏,去年实际销售收入37.3亿元,同比增长率为101.6%,实现了翻番,主要得益于微博等新型社交工具出现。而移动手机游戏也随着智能手机的热销实现了较大幅度的增长,2012年移动游戏市场实际销售收入32.4亿元人民币,同比增长率为90.6%。与之相对应的是,当年售出1.89亿台智能手机,较之前一年增长13.7%。

相对于客户端网游来说,非客户端网游具有开发成本低,开发时间快,回笼资金快等优势,较低的门槛使得中小游戏公司热衷于投身非客户端网游。根据中国出版工作者协会游戏出版物工作委员会发布的《2012年度中国游戏产业报告》显示,“随着用户年龄的增长,游戏时间碎片化发展,游戏需求逐渐转向社交化和移动化发展,对客户端网络游戏的需求出现下降。”

有大型游戏公司的工作人员向记者透露,一般而言,一款客户端网游的研发和运营费用往往在四五千万左右,通常开发团队需要百余人左右,研发周期一般为2~4年时间,一般中小游戏公司难以承受。而随着免费网游出现,付费客户端网游的用户开始出现流失,为了稳定用户群体,不得不增加推广成本。“维持十万人的活跃量,推广成本往往能达到五六千万元,而几年前,一两千万就能轻松做到这点。”

单机游戏饱受盗版、价位、网游和题材局限性等多方面的冲击,传统的客户端网游在手机和新兴社交工具面前面临成本上升,活跃用户流失之困,许多中小型游戏公司将包括网页游戏、手机网络游戏和社交游戏在内的非客户端网游作为未来的发

展方向。

2012年,中国网游的用户数量已经达到2.71亿人,网页游戏数量达到千款以上,新开服务器3万余个,以棋牌类网络游戏为代表的企业联众为例,其旗下的网页游戏产品《联众天天斗地主》日均用户数量已经突破百万人。而移动游戏市场上,已有多款月收入超千万的游戏产品。

中国游戏的“春天”在哪里,已经不言而喻。

Literature & Art

责任编辑:赵亮

新闻热线:(010)84151608

E-mail:grrbwhzk@sina.com

点击

唐冉

五部门整治少儿出版物 违法违规图书亟待监管

据《新民晚报》近日,中宣部、教育部、国家新闻出版广电总局、全国“扫黄打非”工作小组办公室、国家互联网信息办公室联合发出通知,要求加强少儿出版管理和市场整治,严禁出版传播损害少年儿童身心健康的出版物,净化网上少儿出版环境。

——国内少儿出版物市场虽然红火,但乱象丛生。不少童书打“擦边球”,内容或暴力血腥,或有成人化倾向,图书质量令人堪忧。由于少儿出版门槛低、收益高,不少出版社都纷纷瞄准这一市场。一些作家和出版社为了追逐经济利益、吸引读者眼球,更是弃社会责任而不顾,污染了孩子的健康成长环境。五部门的这次举动像一场“及时雨”,而在执行层面,则需要在具体规则的指导下,作者、出版社、家长和学校进行多方协作。

央视卫视中秋晚会调战略 响应国家“节俭令”号召

据《中国新闻》根据《关于制止豪华铺张、提倡节俭办晚会的通知》要求,全国各级电视台节俭或取消办中秋晚会。中央电视台、北京电视台缩减了晚会规模。江苏卫视、浙江卫视、湖南卫视不举办中秋晚会。

——往年,中秋晚会常常是央视和各卫视争芳斗艳的舞台。一场晚会下来,大笔资金如水流去,观众在奢侈的晚会中却产生不了太多共鸣。令行禁止,在“节俭令”的号召下,今年的中秋晚会少了一线大明星,少了奢华场所和大制作,不少晚会走亲民路线,接上了地气。同时,“节俭令”也驱动各卫视进行节目创新,打造了一批中秋特色栏目。如江苏卫视和浙江卫视虽然不办晚会,但分别推出了钱江潮直播、海峡两岸中秋灯会等栏目,让观众眼前一新。总之,无论什么晚会,“里子”永远比“面子”更重要。

《小爸爸》被批育儿失范 影视剧需要适度反映现实

据《海口晚报》9月家庭剧一夜之间“雄霸”荧屏,而这一股热潮中,育儿剧成了焦点。不过,《小爸爸》等电视剧,竟成为“育儿反面教材”的众矢之的,一些教育专家近日指出以《小爸爸》为首的剧作中存在很大的“教育”问题。

——《小爸爸》中,文章饰演的父亲用粗暴的方式打断孩子的提问;《奴》中,胡可饰演的母亲更是为了让孩子考出好成绩不惜辞职……在育儿专家看来,影视剧中的这些情节都会对父母育儿造成不良误导。当然,影视剧承载着反映现实和娱乐的功能,而不单单是严肃的说教,否则会丧失对观众的吸引力。也因此,荧屏上这些火热的家庭剧引起了时下很多年轻爸妈的共鸣。但是,影视剧在反映育儿现实时,不可过于夸张;观众也大不必对剧中的育儿行为斤斤计较,相反倒是可以把剧中人物的育儿失范行为变成对自己育儿的一种提醒。

13年前,香港柏斯音乐集团投资设立宜昌金宝乐器制造公司,生产钢琴等乐器产品。如今,该集团在宜昌布局建设的钢琴生产基地,占地1293亩,已处于中期建设阶段。目前,该基地的钢琴年产量达到5万台,产销量位居全球第三位。到“十二五”期末,基地产能可达8万台钢琴、20万台吉他、20万台小提琴。

目前,该公司已拥有长江、威廉·斯坦伯格、托雅玛、PIANOFORCE钢琴自动演奏系统等八大自有品牌。特别是2010年推出的“长江”牌系列钢琴,更是吸收了德国传统制造工艺和日本规模化生产技术,成为具有完全自主知识产权的民族品牌。“中国造”的高端代表。朱雅芬教授说:“现在长江钢琴要推向世界,这种雄心是很好的,我们听了也非常高兴,什么事情都有一个艰苦的过程,国外品牌钢琴也不是一下子就起来的。国产钢琴要走向世界已经有很多好的条件,现在踏踏实实的一些技术上的研究,解决一些问题,经过长期的努力这个目标一定会实现。”

朱四倍

“亿元时代”对 电视剧是好是坏?

朱四倍

近日,媒体报道称,2011年开始,影视公司排队上市,各路热钱争相涌入,投资过亿乃至数亿元的大剧纷纷上马,越来越多的作品以“知名导演+豪华阵容+高科技+高投资”的组合出现,电视剧一脚迈入“亿元时代”。而今年后又有3部电视剧的投资跃过两亿元大关,被誉为“史上投资最贵”的帽子。

一方面是电视剧“亿元时代”下的“知名导演+豪华阵容+高科技+高投资”,但另一方面则是种种质疑,最新的例子是在新浪网以《甄嬛传》比坏心理腐蚀社会道德?的调查中,有9万多网友参与,其中53.9%的网友认为影视作品要弘扬正气,而更为要命的是,尽管电视剧产量连年井喷,却只有10%能够赚钱——导演郑晓龙给出的数据是:“2012年国产电视剧达到17703集,这其中起码8000集没办法播,如果按每集的投入是100万元,那去年就浪费了80亿元。”

推理开来,意味着电视剧拍得越多,就有越多的电视剧卖不出去,赔钱的就越多,公众的不满自然就无法消除,那么,这样的“第一电视剧市场国”意义何在呢?“亿元时代”对电视剧来说是“黄金时代”还是一个“坏”的时代?这不仅是电视剧制作人的问题,更是观众的问题。

众多电视剧无法播出,年浪费80亿元的

背后是精品的匮乏和高品质电视剧产品的稀缺,电视剧和观众的关系,不是简单地类同于市场上的买卖关系,尽管电视剧要考虑观众的喜好和趣味,但不能迎合观众的非正常心理和低格调情趣。

结合部分公众对《甄嬛传》败坏风气的认同,笔者以为,价值溃败比电视剧80亿元浪费更可怕,并且80亿元浪费就是对电视剧价值引领缺失的嘲讽。简单地理解就是,如果文化成为道德教义和利益的附庸,文化精神将被扼杀,如果文化糟蹋自己一味追求娱乐,那同样会葬送文化精神和价值。

道理很简单,电视剧作为当今最主要的文艺形式,本应通过创造和传播自身的艺术价值,肩负起引领整个社会文化价值的重任。因此对《甄嬛传》败坏风气的评价不仅一针见血,也表达着受众的不满。没有任何一种艺术形式的覆盖面、影响力、渗透力可以和电视剧相比,电视剧也应成为传播主流价值观的主要渠道。

当电视剧仅仅成为利益的附庸而把其艺术属性和价值引领责任自我放逐时,这不就是正在自掘坟墓吗?出现80亿元浪费的怪象还得奇怪吗?惟有具备艺术性、思想性和观赏性在统一的电视剧,才能避免被抛弃的命运,也才能担当起引领社会价值的责任。

众多电视剧无法播出,年浪费80亿元的

背后是精品的匮乏和高品质电视剧产品的稀缺,电视剧和观众的关系,不是简单地类同于市场上的买卖关系,尽管电视剧要考虑观众的喜好和趣味,但不能迎合观众的非正常心理和低格调情趣。

众多电视剧无法播出,年浪费80亿元的

背后是精品的匮乏和高品质电视剧产品的稀缺,电视剧和观众的关系,不是简单地类同于市场上的买卖关系,尽管电视剧要考虑观众的喜好和趣味,但不能迎合观众的非正常心理和低格调情趣。

众多电视剧无法播出,年浪费80亿元的

背后是精品的匮乏和高品质电视剧产品的稀缺,电视剧和观众的关系,不是简单地类同于市场上的买卖关系,尽管电视剧要考虑观众的喜好和趣味,但不能迎合观众的非正常心理和低格调情趣。

众多电视剧无法播出,年浪费80亿元的

背后是精品的匮乏和高品质电视剧产品的稀缺,电视剧和观众的关系,不是简单地类同于市场上的买卖关系,尽管电视剧要考虑观众的喜好和趣味,但不能迎合观众的非正常心理和低格调情趣。

众多电视剧无法播出,年浪费80亿元的

背后是精品的匮乏和高品质电视剧产品的稀缺,电视剧和观众的关系,不是简单地类同于市场上的买卖关系,尽管电视剧要考虑观众的喜好和趣味,但不能迎合观众的非正常心理和低格调情趣。

众多电视剧无法播出,年浪费80亿元的