

文体汇



扫一扫添加新民体育、新演艺微信公众号

光影之约 城市之美 第26届上海国际电影节



电影高质量发展三年行动计划助力上海打造——电影之城 艺术之城 人民之城

上海是中国电影的发祥地,历经百年,仍然领风气之先。近年来,上海电影市场领跑全国,电影票房、放映场次、观影人次、影院数量、银幕数量、座位数量等各项市场数据多年保持全国城市第一,出品了多部如《奇迹·笨小孩》《攀登者》《人生大事》《长安三万里》等具有时代特征、中国特色、上海特质的精品力作,斩获众多国内外重量级奖项。

为深入学习贯彻习近平文化思想,进一步落实《上海市建设习近平文化思想最佳实践地行动方案》,昨天下午,由中共上海市委宣传部指导,上海市电影局主办,上海电影(集团)有限公司承办的《弘扬城市精神 打造电影之城 上海市电影高质量发展三年行动计划(2024—2026)》(以下简称“三年行动计划”)发布会在上海影城2号厅举办。

繁荣创作

“上海电影一直是这座城市的骄傲。未来我们不仅要发挥优良传统,深入生活,扎根人民,继续繁荣故事电影的创制,提供最优秀最完善的全

流程服务保障,还要着力推动建设动画电影纪录电影的高地,使电影艺术触达想象真实的最远边界。”市委宣传部电影处处长刘祎呐在介绍“三年行动计划”主要内容时,慷慨而昂扬。

繁荣创作,重新擦亮“上海电影”金字招牌,是打造电影之城的重要抓手,也是奋斗目标。而关于创作,创作者最有发言权。“拍摄《酱园弄》的时候,我们在这座城市得到了前所未有的支持和帮助,在虹口区搭建起体量庞大却非常有真实感的外景。”《酱园弄》导演陈可辛回忆说,“拍摄的时候,《繁花》正好播出了。我们白天拍上世

纪40年代的上海,晚上回酒店看90年代的上海,而我们活在今天的上海。这座历久弥新的城市,始终能为

民城市人民建,人民城市为人民”,把为人民谋幸福,让生活更美好贯彻落实到上海电影工作各方面。未来上海将探索分线、分众、分区发行,开展特色排映,支持影院差异化、特色化、个性化发展,形成多元放映格局;将持续优化惠民、惠农、惠学、惠老、惠特“五惠”放映活动,持续推进电影进农村、进校园、进军营、进展馆、进养老院、进商圈的“六进”公益放映。

融入生活

除了满足观众多样化观影需求,“三年行动计划”还着重强调,要推动电影文化深度融入城市生活。包括做强上海国际电影节,开展红色电影之旅、电影党课等文旅结合的特色观影活动,鼓励影院以电影为媒介完善特色经营,打造上海电影文化标识,不断提升市民的感受度与参与度。

上海影城、衡山、大光明、兰心、国泰、美琪,它们不仅仅是这座城市的标志性建筑,更是影迷心中的精神图腾。在2.0时代,我们该如何超越传统,将影院打造成为电影之城的符号,成为上海市民的公共文化中心,成为年轻观众的体验场、消费场?中国电影家协会副主席,上影集团党委书记、董事长王健儿带来了一个准备许久的回答。会上,他介绍了上影集团全新打造的FOD(Film-Oriented Destination)“电影策源地”,“在上海‘花园马路’新华路上,在上海影城的所在地,这几天FOD的灯牌已经亮起”。FOD将集五星级影院、酒店、俱乐部于一体,打破电影、艺术与生活的界限,创建沉浸式电影文化空间,“电影作为综合艺术,具备链接其他文化艺术生活的能力,我们也将汇聚全产业链资源,以新质生产力带动更多文化艺术产业发展,助力上海打造电影之城、艺术之城、人民之城”。

本报记者 孙佳音



影视带来一份很不一样的力量,希望这种力量会推动更多电影人永葆热情地去讲每个时代的上海故事,传递每个时代的上海声音。”

提升观影

“上海拥有浓郁的电影氛围,活跃的消费市场,拥有具备高度文化素养和审美水平的影迷观众,379家影院,2247块银幕构成了电影之城的根基。”上海市电影发行放映协会会长戴运在发言中谈到,新场景、新内容不断涌现的当下,影院经营和空间创新的痛点是如何留住观众,如何吸引更多年轻观众到场。“我们将系统化地打造一批主题影院和特色影院,为动漫迷、科幻迷、戏曲爱好者、艺术电影爱好者提供一个个实体的社交平台,以高黏度、高互动、高频次的影迷活动,让上海影迷成为全国最有幸福感、满足感,获得感。”

时值人民城市重要理念提出5周年,“三年行动计划”紧紧围绕“人



电影节日志3

悠哉的小蔡

“你知道吗,我今年上海电影节的第一部电影,是昨天一早大光明的《去唱卡拉OK吧!》,电影又甜又清爽,彩蛋甜得让大光明集体尖叫。回到上影节,太让人快乐了。”电影节开幕的第二天,我在新华路偶遇正在吃冰激凌的影迷小蔡,讲起24小时之前看过的电影,他的嘴角仍不自觉地扬起,他甚至很自然地用“回到”来概

括自己和上影节的关系,“我开幕前就来了,这次要到闭幕才走”。

小蔡是南京人,几乎每年电影节都会抢上许多票,提着行李来上海“消暑”。许多年前在一个映后见面会现场认识后,我们便交换了联系方式,但回想起来每年也只有在电影节,在影城,在大光明,在百丽宫,在美琪,才会密集地跟他“擦肩而过”。

“这次我们可以认真约个饭,真的。”小蔡告诉我说,今年是他抢票最少的一次,“平均每天只安排自己看一两场。一方面是想看的一些经典电影,以前都在电影节看过了;一方面是想多留出一些时间给朋友,也给上海。以前每年都是匆匆地转场,这么好看的街道,这么好看的树影,都来不及好好看一看。今年,我想在这里跟朋

友好好相聚,可以聊电影,也可以干点别的,看看展览,听听歌剧,或者就是一起喝喝咖啡,吹吹晚风,我想都是极好的吧。”

讲起这些美好的事,小蔡不经意地用了叠词。看得出,他更从容享受上海国际电影节,享受跟志同道合的人一起,有仪式感地看一部又一部好电影,也享受在这座电影之城悠哉地吃完一个冰激凌,再买上一杯会让人打嗝的汽水,一路游游荡荡,穿过好看的街巷,也穿过好看的树影。

孙佳音

上影节主题巴士发车了

上海全城弥漫浓郁多样的电影氛围

本报讯(记者 吴翔)第26届上海国际电影节期间,百视通作为官方指定电视新媒体合作伙伴,将连续第六年在IPTV、互联网电视、有线电视等新媒体大屏端搭建线上展映平台,向全国1.6亿家庭用户全程直播金爵盛典开幕式、金爵奖颁奖典礼、红毯仪式等现场。线下,百视通将推出上影节主题巴

士,同时在上海移动电视平台推出“户外出行两节月”,滚动播出电影节宣传片、主题海报、资讯报道等内容,线上+线下同频打造浓郁多样的城市电影氛围。

今年,百视通线上展映平台围绕《城市光影·电影之城》《科幻电影周·人工智能的想象与现实》《影史推荐》《地球村·聚焦世

界》《新视野·杜比视界》《多元视角·神偷奶爸系列》六大官方主题单元,精挑细选数十部国内外优秀影片进行内容策划和展映。《城市光影·电影之城》板块特别选取了《永不消逝的电波(片花)》《爱情神话》两部影片,其中舞剧电影《永不消逝的电波》是本届电影节特别策划展映单元“城市·光影:庆祝

新中国成立75周年、庆祝上海解放75周年”中的重磅作品。

电影节期间,由百视通联合久事公交集团、公交广告公司推出的两辆911路、49路公交车将身披电影节主题装饰穿梭于上海的街头巷尾。两辆主题巴士的车身外侧、内部设计、车载屏都装点了上影节主题元素。在6月15日至16日、6月22日至23日两个周末,主题巴士将开启定制路线,沿途依次“点亮”黄浦剧场、上海大光明电影院、上海美琪大戏院、久事·上海商城剧院、兰心大戏院、国泰电影院、衡山电影院、上海影城SHO八大影院地标,邀请广大影迷在上海这座“电影之城”邂逅更好的时光,遇见更美的生活。