

电影《攀登者》获专家好评：

体现中国精神 弘扬家国情怀

新华社北京10月31日电(记者史竞男)票房突破10亿元大关,远销美国、加拿大、英国、澳大利亚、新加坡、马来西亚等40余个国家和地区,与《我和我的祖国》《中国机长》共同造就了“史上最强国庆档”……国产电影《攀登者》收获观众好评,取得了社会效益和经济效益“双丰收”。

日前在京举行的专家研讨会上,专家指出,《攀登者》是中国式大片的代表,影片不仅展现了近年来中国电影工业化取得的成果,更彰显了中华美学风范,弘扬了爱国主义和集体主义精神,为国产影片的良性发展带来诸多启示。

《攀登者》展现的是国产电影少有涉及

的登山题材,讲述了20世纪六七十年代中国登山队员两次攀登珠穆朗玛峰的故事,填补了国产登山题材类型片的空白。

《攀登者》出品方、上影集团董事长任仲伦说:“把攀登珠峰的壮举拍成一部大片,最重要的是拉近历史和当下年轻观众之间的审美距离、审美隔阂。希望影片中这些英雄身上的攀登精神,可以打动各个年龄层观众的心。”

“整部影片充盈着为国攀登的精神,这是影片的灵魂。”中国电影评论学会会长饶曙光认为,将个体价值与国家使命结合,用主流价值观讲好中国故事,让观众真正感受到电影的魅力,国产电影才会迎来健康繁荣

的可持续发展。

中国文艺评论家协会主席仲呈祥称赞《攀登者》是一部“中国式大片”,体现了中国精神和中国气质,描绘了时代的精神图谱。

“影片的宏大主题并没有忽略个体选择和个性性格。虽然攀登珠峰是国家荣誉,代表了一个国家的尊严,但同样也是个体的选择。”中国电影家协会副主席尹鸿总结了这部影片体现出的新主流电影的特点和变化,如以个体视角叙述宏大主题、充分利用细节化手段等,通过抒发家国情怀使观众更容易产生共情。

专家认为,与时代同呼吸、与祖国共命运,是每一个中国影人最重要的使命。中

国从电影大国迈向电影强国,如《攀登者》这样的主流大片已经成功转型,探索出一条商业化、类型化的道路。与此同时,主旋律大片也占据了电影市场票房的半壁江山,承担起传播主流价值观的社会责任,赢得了广大观众特别是年轻观众的喜爱。

该影片海外独家代理发行方1905影业负责人介绍,影片在国内热映的同时,也在北美、英国同步上映,北美开画总银幕数过百,影片还将在柬埔寨、巴基斯坦等国家上映。

业内人士认为,随着国产电影质量水平提升,中国电影走出去的步伐进一步加快,中国故事远播海外将收获更多共鸣。

我国科幻产业迅猛发展 影视成拉动产业主导力量

新华社北京11月3日电(记者阳娜、张漫子)记者从正在进行的2019中国科幻大会获悉,2018年我国科幻产业发展高速增长,总产值456.35亿元,是2018年140亿元产值的3.26倍。其中,科幻影视在2018年和今年上半年的突出表现,一改过去国外影片独占内地市场鳌头的局面,成为拉动我国科幻产业发展、提升行业活力的主导力量。

本届科幻大会上发布的《中国科幻产业

报告》显示,我国科幻电影市场2018年总产值为209.05亿元,其中国产科幻片产值为33.707亿元。2019年上半年院线上映影片的产值为172.339亿元,国产科幻片占68.565亿元。

从科幻电影产业来看,2018年和2019年上半年我国科幻电影发展趋势呈现绝对票房和票房占比的显著增长。好莱坞科幻片尽管依然占据主导份额,但今年上半年《流浪地球》等国产科幻片的出现,在产业份额上挑战了好莱坞的票房优势地位,科幻电影的整体票房增速大幅跃升。

报告指出,2018年我国正式上线的科幻网剧达27部,总点击量达到234.7亿次,产值约为30亿元。2019年上半年上线科幻网剧7部,可统计的点击量为80.01亿次,总产值约10亿元。

此外,2018年我国科幻阅读市场产值总和17.8亿元,较去年同比增长83.5%。2019年科幻阅读产值持续增长,仅上半年的产值

就接近13.8亿元,达到2018年全年的77%。

与会专家表示,随着政府及相关机构的投入增加,近年来科幻行业从业人数稳步提升。目前,科幻影视和游戏领域吸纳了大量高技术人才,但人才短缺的状况还未得到改变。内容创作方面,具有原创能力的科幻作家依旧严重缺乏,科幻产业上的职业培训可能会在未来兴起。未来5年,高速发展的科幻影视产业将拉动我国科幻产业的整体发展,科幻阅读产业也将持续平稳增长。

冼星海作品音乐会在新加坡举行

新华社新加坡10月30日电(记者蔡蜀亚)在冼星海代表作《黄河大合唱》诞生80周年之际,新加坡-中国友好协会(新中友协)30日在新加坡滨海艺术中心举办了一场别开生面的冼星海作品音乐会。

此次音乐会精选了冼星海创作的十几部作品,既有气势磅礴、振奋人心的《黄河大合唱》,也有《二月里来》《黄河怨》《红麦子》等委婉动人、情深意切的作品。音乐会组织方邀请来自新加坡以及中国大陆、香港、台湾等地的年轻艺术家参与演出。

演出通过独唱、男女生对唱、小提琴独奏、钢琴四手联奏、诗朗诵及大合唱等多种形式,将冼星海的作品呈现在观众面前。在演出间隙,中国艺术研究院研究员向延生向观众介绍了冼星海抗日救国、投身革命、才华横溢的一生。

多年致力于研究冼星海生平的新加坡医生何乃强向观众介绍了冼星海与新加坡的渊源。他说,冼星海是中国家喻户晓的“人民音乐家”,曾在新加坡上小学和中学,并参加学校乐团接受音乐启蒙教育。

演出在台上台下所有人齐唱《黄河大合唱》的歌声中落下帷幕。

演出结束后,新中友协会长潘国陶表示,现在很多新加坡年轻人已经忘记了抗日那段历史,希望重温经典可以唤醒人们的记忆。历史不该被遗忘,像冼星海这样热爱祖国、热爱人民的中国优秀音乐家不该被遗忘。

担任这次演出合唱任务的新加坡雅歌合唱团成员张新光说,冼星海的作品反映出华人团结、振奋的面貌。不忘历史,这是重温《黄河大合唱》的意义所在。

大型实景剧《文成公主》今年演出189场谢幕



演员在演绎松赞干布迎娶文成公主(10月31日摄)。

10月31日晚,大型实景剧《文成公主》第七季演出在位于拉萨市次角林村的文成公主剧场圆满收官,今年演出共计189场。

大型实景剧《文成公主》取材于1300多年前文成公主与松赞干布和亲的历史故事,全剧分为五幕,于每年4月至10月演出。演职人员共计800余名,除专职演员外,很多当地藏族农牧民参与演出,有效促进了当地群众就业增收。另据主办方透露,室内舞台剧《金城公主》将接棒《文成公主》,助力“冬游西藏”。

新华社记者 李鑫 摄

中国男性美妆消费 或进入黄金爆发时期

95后小学老师涂威两年来一直在回购和使用温碧泉的一款保湿乳液:“我以前一直对男性用护肤品嗤之以鼻,觉得太不‘MAN’了,后来迷上了日韩剧,发现剧里的年轻男人基本都会化一点妆,也渐渐可以接受了。”涂威说。

今年双11活动期间10月21-30日的数据显示,男士彩妆类商品预售首日同比增长56%,预售期累计销量超570万,销量排行第一的品类是男士BB霜,累积超8万人购买。其后依次是男士唇膏、男士眉笔、男用睫毛膏/睫毛增长液、男士彩妆套装,累积销量排名前10的单品中,有7款是素颜BB霜。11月1日,京东美妆男士乳液和面霜从0点至1点的销售额同比增长了近44倍。

相关行业统计数据显示,2016-2019年,中国内地男性护肤品及化妆品整体市场的零售额平均年增速达13.5%,高于世界平均水平5.8%,中国男性美妆市场规模已至154亿元。返利网数据显示,今年1-7月,平台男士护肤品类日均搜索量同比增长169%,95后、90后、00后分别占比32.4%、

25.8%、22.4%。男性护肤品、美妆产业或迎来了前所未有的黄金爆发时代。

美妆消费走出“初级阶段”

按照传统观念,男人化妆一直被视为偏离主流价值观的行为,但已今非昔比,追求个人形象成为了都市人特别是高收入人群的基本配备,这无分男女。

随着“颜值经济”的盛行,男性美妆这块巨大的市场当然不乏商家们的垂涎,商业运作也带动了男性美妆的发展。

刘羽浩是秉持“不化妆不出门原则”的97年男士,“我特别喜欢看综艺节目,比如明星蔡徐坤的妆比很多女生都要好,已经看习惯了男明星化妆,不论是男是女,打扮与性别无关。久而久之我就养成了打粉底和画眉的习惯。”

随着时间的推移,80后、90后、00后等新生代男性的经济实力日渐成熟,男性护肤、彩妆产品不再是被贴上‘娘娘腔’标签的洪水猛兽。BB霜成为打开中国男性“面子工程”的第一把钥匙,去年淘宝天猫的销量暴涨192%,中国男性度过了洁面、保湿的

“初级阶段”,开始探索深度护肤。

流量明星、主播齐上阵

80-00后年轻男性为消费主力

近年来不论是综艺节目还是影视剧都在传达加强“男性颜值经济”这一概念,不少明星和公众人物成为了引领男性美妆消费风潮的KOL。圣罗兰、雅诗兰黛、兰蔻、美宝莲等国际知名美妆品牌纷纷选用当红流量小生作为代言人。这些公众节目和广告的主要受众恰是80-00后的年轻人,自然会受到潜移默化的不断“种草”。

除了流量明星之外,在抖音、哔哩哔哩等视频平台,男性美妆主播也于近年来产生了爆发式的增长。除李佳琦这样的“爆款”外,咩哩咩哩的王岳鹏、董子初、陈莫笋、吉阿星等都是近几年迅速蹿红的知名男性美妆UP主(视频上传者)。

比起综合数据第一的80后,95后男性在彩妆消费方面拔得头筹,他们已逐渐成为男性美妆消费的核心人群,线上消费规模已连续3年保持三位数增长,成为男性美妆界的“潜力股”。

(新华网)

纪录片《创新中国》开播仪式在捷克举行

新华社布拉格10月30日电(记者杨晓红)为庆祝中国与捷克建交70周年,“视听中国 全球播映”纪录片《创新中国》开播仪式30日在捷克首都布拉格举行。

根据安排,《创新中国》将从31日起在捷克雷吉奥电视台播放,每周播放一集,共6集。该节目主要讲述近年来中国在科技、制造等领域取得的巨大成就和崭新的社会风貌,用鲜活的故事记录中国伟大的创新实践。

中国国家广播电视总局副局长高建民在致辞中表示,中捷建交70年来,友好合作始终是双边关系的主流。举办“视听中国 全球播映”系列活动是贯彻落实两国领导人共识,充实和丰富双方战略伙伴关系的重要举措,也是让捷克了解中国,促进中捷民心相通的重要途径。期待今后有更多的中国影视佳作在捷克电视媒体播出,使捷克民众更好地了解真实、立体、全面的中国。

捷克雷吉奥电视台台长马丁·康拉德说:“对于大部分捷克人来说,中国仍然是一个神秘的国度。几年前我第一次到中国,感受到真实的中国与想象中的中国非常不一样。媒体是一国民众了解另一个国家的重要渠道,希望通过播放《创新中国》等介绍中国的纪录片和节目,向捷克民众展示一个更加真实的中国,增进捷克人民对中国的了解。”

中国驻捷克大使张建敏说,《创新中国》从国际视野解读中国最前沿的科技突破和最新潮的科技热点。捷克政府也非常重视创新,提出了创新发展战略,希望打造未来之国、创新之国。相信《创新中国》的播出将会在捷克引起强烈共鸣,进一步促进中捷两国人民之间的相互了解,促进两国各领域、特别是创新领域的合作。

“视听中国 全球播映”活动由中国国务院新闻办公室指导,中国国家广播电视总局主办,精选70余部优秀视听作品,于8月至10月在全球50多个国家60多家主流电视台和网络视听媒体平台播出。

在悉尼邂逅紫色浪漫



11月4日,在澳大利亚悉尼街头,市民在蓝花楹树下拍照。

每年的春夏之交,澳大利亚悉尼的蓝花楹盛开。街头巷尾散落种植的蓝花楹树这时成为这座南半球城市最美的点缀,风舞花扬,落英满地,簇拥的花瓣将悉尼定格为一抹紫色的浪漫。

新华社记者 白雪飞 摄

卫生与健康

久治不愈的“老胃病”可能是心理疾病

新华社北京11月1日电(记者屈婷)在医生们看来,胃是人们情绪变化的“晴雨表”,所以有“情绪胃”“情绪肚”的说法。专家提示,如果你有久治不愈的“老胃病”,很可能是心理疾病。

50多岁的周女士近年来反复感到上腹胀痛、不适、嗝气、反酸等,还伴有进食差、恶心、喉咙堵塞感的现象,严重时还心慌、头痛、失眠。反复发作的“老胃病”让她消瘦不少,但看遍当地所有的消化科,治疗胃病的中药西药都吃遍了,就是不见效。消化科医生建议她到精神心理科就诊。最终,周女士被确诊为“隐匿性抑郁症”,服用抗抑郁药治疗后,病情就明显好转,两个月后“老胃病”彻底痊愈。

我国知名精神科专家、中国医学会精神科分会青年委员崔永华说,隐匿性抑郁症是一种非典型的抑郁症,指的是抑郁症状被病人潜意识“隐藏”起来,却常常以疼痛不适等身体症状为主要表现,可见于各年龄阶段,中老年女性尤其多见,不易被病人和医生发现,误诊率很高。

据介绍,隐匿性抑郁症占抑郁症的10%到30%,患者有明显的躯体症状:消化系统症状表现为恶心、呕吐、腹胀、腹痛、腹泻等;心血管系统症状表现为心慌、胸闷等;各种不明原因的疼痛也很常见,如肩痛、背痛、肌肉酸痛等。

崔永华建议,患者应有“心身疾病”的概念,有些病实在看不出,可咨询精神科医生。隐匿性抑郁症患者的亲朋好友应该多给他们一些理解、爱心和耐心,使他们早日摆脱病魔的困扰。