



改革作靠山 电影底气足

本报记者 金晶

四达时代： 数字电视闯非洲

本报记者 金晶

141天，是今年全国电影票房突破100亿元所用的时间，比2013年提前了29天，比2012年提前了83天。而将时间回溯，2010年我国电影票房首破百亿的喜悦仍不算遥远。

随着国有电影企业改革进一步深化，随着电影院线发展加快，我国电影产业持续高速发展的势头不减，票房屡创新高。一批叫好又叫座的优秀国产影片丰富着大众文化生活，也为文化消费力的释放提供了有效途径。

《致我们终将逝去的青春》、《中国合伙人》、《一代宗师》……能让观众记住名字的优秀国产影片越来越多了。这不但代表着我国电影创作生产能力日渐提升，也是市场多元化创作趋势的一种体现。

经过多年市场锤炼，国产电影和引进

大片同台竞技，表现颇为不俗。截至目前，今年票房前10位影片中，国产片与进口片各占5席，其中，《西游记之大闹天宫》以10.44亿元票房雄居榜首。在进口影片的强势压力下，国产片票房市场份额仍占到了56%。5部国产片中除《西游记之大闹天宫》外，其余4部都是普通2D版，平均票价远低于5部IMAX和3D版本的进口片。票价低而票房高，意味着国产片的观众人次远超进口片，国产电影的市场认可度越来越高。

企业是市场活跃的载体。这些年，以中影、上影为代表的国有电影企业和以光线、乐视为代表的民营电影企业，都围绕电影产业链进行探索拓展，营造出良好的市场竞争环境。国有电影企业更是在文化体制改革的大背景下释放出青春和活力。由

中影集团主体业务改制而成的中国电影股份有限公司，已成为目前我国电影产业内综合实力最强、产业链最完整、品牌影响力最广的企业。上海电影(集团)有限公司坚持把提高创作能力和市场控制力作为企业核心竞争力，企业保持了良好的发展势头。上影股份组建一年多，充分发挥资源重组优势，企业效益取得明显增长，利润达到1.69亿元，比上年增长30.02%。

根据中国证监会近期发布的IPO预披露名单，上海电影股份有限公司、万达电影院线股份有限公司等均含在列。依靠资本力量发挥企业优势，我国优秀电影企业将进一步发展壮大，成为稳定市场的中坚力量。

浏览此次IPO预披露名单可发现，涉及电影产业的3家，即上影股份、万达院

线、金逸院线都不约而同地将主要募集资金放在了影院扩张上。业内人士分析，我国电影院线公司或将掀起一轮上市热潮。

目前，我国电影院线发展布局已初见端倪。中影星美、上海联合等国企背景的院线，多由国有电影集团组建，采取影院签约加盟的模式。民营企业投资组建的院线，则多采用资产联结模式，或资产联结与签约加盟的模式。

统计数据发现，今年第一季度，内地新增影院325座，新增银幕1609块，国内银幕总数已经超过20000块，而在2002年，这个数字仅为1843块。高质量的电影和高数量的银幕，将继续支撑我国电影产业的高速发展。专家预计，今年下半年，电影银幕增长速率有望继续推动国内电影市场的容量释放。

上海杂技团探索剧组股份制改革，创拍《欢乐马戏》年票房收入超过1000万元——

员工持股 马戏欢乐

本报记者 李治国

憨态可掬的狗熊、机巧灵活的猴子、令人捧腹的小丑……谈起马戏，人们的第一印象就是欢乐。然而，带给人们欢乐的马戏剧组自身并不总是欢乐的。由上海杂技团脱胎而来的上海欢乐马戏有限公司，就经历了一场涅槃重生的过程。

剧组变成“我的团”

“一星期三场演出，观众寥寥，每晚挣的演出费刚刚够吃碗汤面。”回忆起以往10余年的场景，小丑演员周继辉不胜唏嘘。前些年，马戏事业遇到了瓶颈。国内原来拥有马戏节目的国有杂技院团都对成本较高的马戏进行了改制，有的承包、转卖，有的干脆取消了马戏节目。2007年时，上海杂技团是国内唯一保留马戏节目的国有文艺院团。

如何让马戏剧组也“欢乐”起来呢？“改革前，最困扰我们的是动物与人的关系。马戏团里，驯兽员和动物最好一天24小时都能亲密接触，在欧美更是有家族制的艺术传承。在我国，员工下班后和放假时很难完全把精力扑在马戏团，时间一长，如何能出戏、出人、出精品，又如何赢得市场？”改制后担任上海杂技团有限公司总经理的俞亦纲十分感慨。

“马戏的动物表演很受老百姓特别是孩子喜爱，上海这样的大城市，需要有一台高水平的马戏表演。”俞亦纲认为，上海杂技团马戏团队能选择的，就是“通过改革寻找马戏艺术的内在规律，突破发展的瓶颈”。2007年，上海杂技团对团内马戏



《欢乐马戏》集合了上海马戏团的狮子、老虎、小狗、海豹、小鸟、马等动物，并配有杂技、小丑演出、滑稽戏表演等内容，很受观众特别是小朋友的喜爱。图为演出中的驯鸟环节。

(资料图片)

剧组进行了股份制改革探索，由剧组演职人员持股上海欢乐马戏有限公司，主营《欢乐马戏》节目的项目运营。不久后又成立了上海欢乐马戏有限公司，上海杂技团、马戏城出资51%，马戏团演职人员出资49%，“欢乐马戏”剧组员工按一定比例购买项目公司的股份，成为股东，从而实现了单位与员工风险共担、利益共享。

舞台盘活高效益

“人还是那些人，动物还是那些动物，但事情就变化了。”俞亦纲说，员工成为

股东后，激发了主人翁意识、市场意识、竞争意识和成本意识，最大的变化是舞台上演员们的精神面貌完全不同，“欢乐马戏”从此被盘活了。

就拿饲养动物来说，现在饲养员给动物买饲料，总要货比三家，有的演员甚至开着自己的车到处跑，看哪里的肉最新鲜性价比最高。“仅动物饲料成本一项，就由改革前的每年81万元下降到51万元。”上海欢乐马戏有限公司总经理金伟说。

“人的积极性一旦被调动起来，生产力是无穷的，‘欢乐马戏’可以上演海豹一家4口的新节目了。”一名欢乐马戏的成

员兴奋地说，“现在对小动物的保护意识也大大提高，我们比动物园的专业饲养员还专业。”

不过几年光景，公司创排的《欢乐马戏》已成为上海杂技团又一个品牌剧目，且总体成本开支比改制前节约了10%，票房收入增长50%以上。2013年，《欢乐马戏》在上海马戏城的剧场演出了160场，观众达10万人次，票房收入超过1000万元。演职人员的演出收入也有了明显增长，作为股东还拿到了分红。俞亦纲告诉记者，公司正在计划再度创作全新的《欢乐马戏》剧目，再创精品。

虎兄狮弟找“靓妈”

希望她玩点高难度的——当老虎和狮子的驯兽师。李靓想也没想就拒绝了。不久，剧团来了一只几个月大的东北虎，跟小狗一样顽皮可爱，李靓就和小老虎玩了起来。小老虎一天天长大，李靓跟它也有了感情。就这样，李靓转行当了驯兽师。

如今，李靓已拥有近10年驯兽经验，她双手的伤痕也在时时增长。她的手指关节处有一个很明显的疤痕，这是在训练时被老虎的爪子弄伤的，缝了10针。为了便于伤口的愈合，缝针的时候医生没有

为李靓打麻药。李靓却不以为然地说，“跟老虎狮子打交道，哪有不受伤的？”李靓的一个师傅戴跃华有着30年驯兽经验，也曾经在看护一只生病的老虎时被老虎尖利的牙齿咬穿手掌。所以，在虎笼和狮笼的周边，经常放着红药水、紫药水、酒精、双氧水、创可贴、绷带等等，都是驯兽员平时必备的。

2009年前后，李靓的师傅们先后退居幕后，她正式成了主角。每当李靓带着3只白虎和2头狮子出现在舞台中央，总

能获得最多的叫好声和鼓掌声。

“以前有师傅们在，总觉得可以躲在后面靠一靠。可如今，两位师傅都不在台上，一下子觉得肩头的担子重了很多。”李靓说，现在自己也快40岁了，很多杂技学校的同学都转行了。但她一直喜欢舞台上的感觉，她说，“只要身体允许，希望可以一直演下去”。

按照上海欢乐马戏有限公司的规划，《欢乐马戏》还将继续改版。那时，李靓和她的虎兄狮弟还要向新的难度挑战。

驯兽师李靓：

又一个周末，《欢乐马戏》又一次拉开了帷幕。斑点狗、金剛鸚鵡、狗熊、老虎等动物明星们，又开始上演它们娴熟但又永远显得笨拙的演出。不少观众在观赏之际，往往会惊呼，“噢，快看，带着老虎狮子表演的居然是个女的！”

这位驯兽师名叫李靓。她原本是一名科班出身的杂技演员，“蹬技”过硬，能从蹬铁圈到蹬板凳，外带板凳上再顶着3个成年人。进入上海杂技团后，杂技团马戏部的陆师傅看这小姑娘形象还不错，就

中国出版集团作为“国字号”的出版“航母”，通过塑造内容创新与质量控制“双螺旋”结构，成为行业领头羊——

做优质内容的提供商与服务商

本报记者 李丹

2013年，中国出版集团资产总额为123.58亿元，营业总收入90.87亿元，利润10.23亿元，增幅79.48%，其中净利润的增幅超过90%。同时，集团以7.04%的图书零售市场占有率持续领跑全国，出版的7种图书入选“2013年大众喜爱的50种图书”，多个项目获得中国出版政府奖、中华优秀出版物奖等国家级奖项。

“无论新技术如何影响，持续不断的内容创新才是出版业永恒的主题，真正的出版人永远是优质内容的提供商与服务商。”中国出版集团公司总裁谭跃认为。

为此，公司制定了既抓内容生产，促进出版繁荣，又抓质量控制，强化导向管理的双重管理模式，创造性地提出了促进集团主业发展的“创新十策”，带动了创新力的持续提升。

谭跃提出，文化企业围绕内容做文章，既要立足内容，又要跳出内容。立足内容，就是要立足内容的创意和创新；跳出内容，就是要跳出时代大潮大局之中，促进内容与时代、与市场的融合。为此，中国出版集团既创新选题策划、营销推广，也创新与内容生产相关的各种机制，加快内容传播的

数字化、国际化进程，探索内容与相关行业、相关产业的融合。

品牌是企业的核心竞争力。中国出版集团旗下汇聚了中国出版界的一批知名品牌，如商务印书馆、中华书局、三联书店等，“这是我们从前辈那里承接下来的宝贵财富，要在我们这一代手里得到更好的维护、经营和创新。”谭跃表示，品牌经营战略的关键是要抓住中心话题，这个中心话题就是做强品牌企业、做响品牌产品，将战略落实到一批明星产品上，落实到服务品质和服务水平上，落实到市场表现上，落实到机

制、人才、营销等重要环节上，落实到择优扶重的资金投入和政策支持上。

为保持良好的品牌价值并使之不断提升，中国出版集团一直将出版物的质量管理作为一项重要的工作来抓。近年来，集团不断完善制度建设，陆续出台《出版物质量检查办法》、《出版物重大选题备案办法》、《出版物审读办法》等，每年开展两次质量大检查，发现问题的根据问题性质和影响程度对相关人员进行处罚。同时，通过完善的激励、培训等机制，使广大编辑人员的政治意识、质量意识得以强化。



天创演艺集团收购美国布兰森白宫剧院后，推出了《马可·波罗传奇》。图为演出剧照。(资料图片)

本版编辑 余颖