

# 影剧院等娱乐休闲场所拟开放

## 采取预约、限流等方式

国务院联防联控机制8日发布关于做好新冠肺炎疫情常态化防控工作的指导意见,指导意见提到,我国新冠肺炎疫情防控向好

态势进一步巩固,防控工作已从应急状态转为常态化。对于疫情发生以来受影响较大的餐馆、电影院、剧院等场所,指导意

见提出,按照相关技术指南,在落实防控措施前提下,全面开放商场、超市、宾馆、餐馆等生活场所;采取预约、限流等方式,开放公园、旅游景

点、运动场所,图书馆、博物馆、美术馆等室内场馆,以及影剧院、游艺厅等密闭式娱乐休闲场所,可举办各类必要的会议、会展活动等。据新华网

校检代文  
编于皆熙  
2020年5月11日 星期一  
责任美编周世鹏

大连晚报  
A13  
娱乐  
同期声

昨天是5月的第二个周日,是母亲节。这是一个感恩母亲的养育之恩的节日。20世纪末母亲节这一节日在国内日益推广开来,越来越多的人开始接受母亲节概念。

母爱,也是经典电影中的一个常常出现的主题,文艺创作者通过镜头,表达母亲对于孩子深深的爱。让我们一起来重温那些表达母爱的经典电影,这些电影中的母亲形象各有千秋,但是无一不表达对于孩子深深的爱。

# 这一天,重温这些表达母爱的经典电影

## 《房间》豆瓣评分:8.8

电影根据艾玛·唐纳修的同名小说改编,剧情虽然虐心,但是电影中很多镜头都颇为暖心。电影借用这样一个极端的故事来展现母爱的伟大,在困境之中女孩并没有因为生下来的孩子是那个拐骗她的男人的,而对他产生厌恶之情。相反她为她儿子极力创造出一个良好的生活环境,让他跟其他孩子一样健康成长,让他的童年在快乐中度过而不是阴霾中度过。

这部电影提名了当年奥斯卡最佳影片,女主角布丽·拉尔森凭借精湛的演技斩获了英国电影学院奖最佳女主角奖。

## 《结婚礼服》又名《婚纱》豆瓣评分:8.5

该片讲述了一位身患绝症的母亲在自己人生有限的时间内与女儿之间的感人故事。虽然这部电影用到了韩国电影三大宝中的癌症,有点老套,但是依旧赚足了观众的眼泪,是一部很感人的电影。

## 《妈妈再爱我一次》

豆瓣评分:8.3

这部电影上映于1988年,非

常感人。这部电影在内地上映的时候,非常轰动,票房达到了2亿元——当时的电影票价有1元到3元的,也有三五毛钱的。黄秋霞与儿子之间的感情可以说感动了无数观众,电影完美地诠释了什么叫做,世上只有妈妈好,没妈的孩子像根草,看过的人几乎都是泪流满面。

## 《母亲》豆瓣评分:8.3

这部韩国电影讲述的是一位平凡的母亲为自己患有智力障碍的儿子伸冤的故事。导演就是眼下炙手可热的奥斯卡奖得主奉俊昊。

这部影片与大多数母爱题材的电影不同,电影中的母亲为了救儿子铤而走险,结果余生却只能在内疚和痛苦之中活着。这是一种畸形的母爱。

影片的故事虽然简单

单,但细节却处理的很丰富。同时这部电影也通过“母爱”这一主题,让观众看到了人性的自私和冷漠,视角也很独特。

## 《找到你》豆瓣评分:7.4

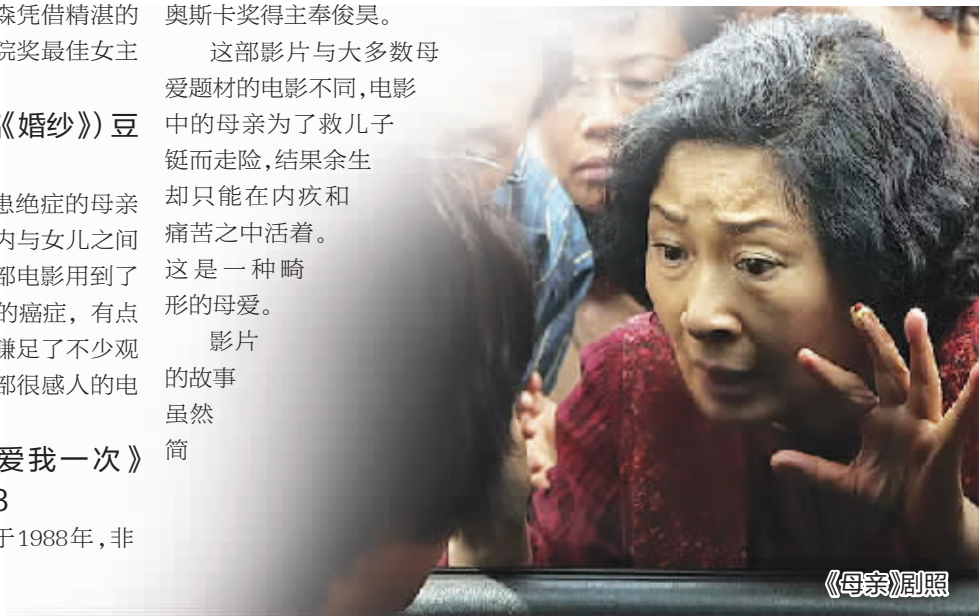
这部电影是2018年《我不是药神》后又一部现实题材的电影,电影采用的双女主的设定,是一部女性视角的国产电影,片中不仅歌颂了母爱,同时也反映了女性在职场上面临的困境。

文据《文汇报》

图据豆瓣



《找到你》剧照



《母亲》剧照

# 白岩松、马未都、高晓松、敬一丹等多位名人“线上帮忙” “直播带店”能挽救书店吗?

日前,一场特别的直播吸引了许多读者关注的目光:著名媒体人白岩松,在某直播平台开启了自己的线上首秀——“直播带店”。

白岩松的这场直播秀,源自“书店的春天——拯救实体书店”的倡议。据该倡议发起方介绍,之后还有马未都、高晓松、敬一丹等多位名家将加入这次“线上帮忙”的行列。

名人出手助力,这招能不能救实体书店?线上发力,会对未来实体书店的发展有何影响?

“直播带店”现场,白岩松为3000本《白说》签名,请读者“在线监督”,而后将这批图书平均分配到各家书店,在各自的直播平台上进行限量秒杀,希望将网络流量和实际购买都引导到书店。

直播间里,白岩松在连线钟书

阁、言几又、西西弗、先锋书店、泉州风雅颂以及武汉时见鹿书店时,也认真分享阅读感受,提出一些阅读方面的建议。

据倡议发起方长江新世纪介绍,在白岩松直播首秀后,还会以同样的方式邀请其他名家加入“线上帮忙”的行列。目前高晓松、马未都的线上扶持活动已在策划中。

据报道,2月25日,中宣部印刷发行局调研组发布的统计数据 displays,在参与抽样调查的1021家实体书店中,有926家暂停营业,占比90.7%。而且有43.7%的书店表示上半年营业收入将下降50%以上。

有业内人士表示,各地的一些扶持措施确实会对书店有帮助。书店要做的是努力自救,促使客流量尽快恢复到往年同期水平。

实际上,不只是名人线上“直播带店”,今年突然暴发的疫情,令许多书店加快了把业务搬到“云端”的脚步。

形势倒逼着书店尝试更多的线上业务:平时相对沉默的店员们学习视频主播的模样,推销自家图书。或者举办线上讲座,增加粉丝黏性。

另外一些书店,则选择加入“外卖大军”,为读者线上购书提供便利:人们可以在相关外卖平台上搜索到书店和图书信息,按提示下单,足不出户,新书到手。

不管是名人“直播带店”,还是书店在“云端”自救,确实有效果。但从长期来看,普遍性拓展线上业务,会是实体书店今后发展的一剂良药吗?

实际上,疫情只是放大了书店

面临的生存问题。在前几年,实体书店一度迎来“寒冬”,而后又出现回暖迹象,但租金上涨等仍是不得不面对的难题。

“名人们‘直播带店’能提升读者对书店的关注度,也有利于推广阅读。”但三石认为,实体书店拓展线上的价值,最核心的是线上线下的相互“引流”,不能两者分割开来。

建投书局品牌总监李璐称,线上文化业务不是临时抓起来补救线下的手段,它也可以做得够够专业,“重要的是线上线下联动,当线下业务受阻的时候,线上也能独立赚钱。”实体书店要解决困境,还是首先要审视自身的内部运营能力。

据中国新闻网

## 一季度 2万场演出 取消或延期

2020年原先被业界认为是演出行业爆发的一年,刘德华、李宗盛、林俊杰、萧亚轩、蔡依林、李荣浩等诸多华语唱将均计划在这一年举办巡回演出,更有Billie Eilish、艾薇儿等海外艺人锁定来华计划,但如今,都因为无法预见的疫情遭遇滑铁卢。

由你音乐榜发布了2020Q1华语数字音乐行业季度报告(下称“季度报告”)显示,2020第一季度,国内预估有20000场演出取消或延期,票房直接损失达20亿。但对于一线艺人来说,购买他们演唱会门票的用户订单保留率在75%;而整体演出的用户订单保留率也达到了66%,可见用户对于观看演唱会的需求依然强烈。

尽管疫情似乎给“线上live”带来了新机遇——线下内容的市场需求急需支撑,线上演艺倒逼进入新窗口期,各文娱企业进行战略调整,市场用户呈现高呼声。但如何打通线上线下场景,找到线上演艺在供需两端的可持续性,沉淀有效的商业模式将是“线上live”未来所要面临的挑战。

诚然,在现有技术条件下,线上live或许很难完全替代线下演唱会,但由于其对于用户的时间、观看场景等限制少,且形态更为灵活,可以预见,在未来,线上live会是线下演唱会的良好延展与补充,商业价值也值得期待。

据中国新闻网