

《第一次的离别》拟于影院复业首日全国公映

本报讯 在柏林、东京、香港国际电影节获重要奖项的影片《第一次的离别》近日宣布定档于影院复业首日全国公映。出品方之一大象伙伴影业创始人吴飞跃称：“没有人能想到，我们第一次与大银幕上光影的离别、与电影院的离别，竟然会如此之久。‘久别重逢’是当下所有人共同的心情，因此我们奉上历经三年精心打磨的这部心血之作，以此表达对电影院的想念与支持，也为观众带来一场纯真美好的光影治愈之旅。期盼尽快与观众在影院重逢。”

《第一次的离别》同时发布了全新的“久别重逢”版定档海报。《第一次的离别》是一部极具治愈感的影片，以新疆男孩艾萨的生活为线索，讲述了他和青梅竹马的好朋友凯丽之间动人的童年故事，以及他对母亲那份感人至深的子爱之情。影片以一种诗意现实主义风格，展现了大银幕上十分罕见的新疆生活图景。在美丽瑰奇的自然风光与田园牧歌中，孩子们在离别中学会成长，也在离别中盼望重逢。

影片在柏林、东京、香港国际电影节上三获所在竞赛单元的“最佳影片”



《第一次的离别》“久别重逢”凯丽版海报

大奖，导演王丽娜亦在海南岛国际电影节拿下“最佳导演”，影片品质在国内外都广受赞誉，被称为“中国版《小鞋子》”，其独特的新疆风物、孩子纯真的情感、关于成长和离别的故事内核无不深深吸引了来自世界各地的观影人。

《第一次的离别》的出品方与宣传

方大象伙伴影业创始人吴飞跃称：“电影就快回来了，它经历了磨难但依然美好。现在全国疫情已得到有效控制，影院复业指日可待。但因防疫所需，也因为市场的恢复需要一个过程，可以预想得到复业后的影院依然会面临种种困难，亟需新片和所有热爱电影的人一同入场支持。因此我们决定把历时三年精心打磨的心血之作《第一次的离别》，第一时间拿出来公映，以表达对影院的拳拳力挺之心、提振信心之意，也希望重新唤起观众对电影的热情。我们相信，用实实在在的行动力挺影院，就是保护整个行业的基础设施，也是在支持中国电影的未来。”

另悉，大象伙伴影业别出心裁发起了“久别重逢”邀约观影行动，号召久别影院的观众向此前最后一次陪伴观影的朋友发出邀请，或是向影院复业后最想同行观影的那个人发出邀请，约定好在影院复业的那一天，共赴影院欣赏《第一次的离别》，用一场极具仪式感的重逢和这样一部温暖治愈的影片，为此次漫长的“离别”画上句号。

(木夕)

(上接第9版)

从《观音山》到《二十二》，小众题材类型电影迎来“春天”

一个健康成熟的电影市场一定是个多元化的市场。2010年起，文艺片这个典型的小众类型电影在中国电影市场的土地上多了起来，中国市场的多元化，由此萌芽。

2010年有表现自闭症人群的《海洋天堂》，2011年出现了关注艾滋病群体的《最爱》，聚焦年轻人情感故事的《观音山》，而《观音山》卖出了高达6988万元的票房成绩，在某种程度上刺激了文艺片走向市场的步伐。到2012年，《桃姐》、

《二次曝光》、《神探亨特张》、《万物生长》、《人山人海》上映，文艺片在市场上开始集中亮相，其中同样出自《观音山》导演李玉之手的《二次曝光》再度拿下超高票房，单片过亿的成绩即使放在当年的商业片中，也是个傲人的战绩。2015年李玉奉出《万物生长》，票房直逼1.5亿。2016年《百鸟朝凤》制片人方励“跪出”8600万票房，2017年“三无”探险电影《七十七天》在市场爆冷收获过亿票房，同年纪实风

格电影《冈仁波齐》卖出了1亿元。岁末，毕赣的《地球最后的夜晚》利用“末日营销”卖出2.82亿，去年刁亦男继《白日焰火》后的新作《南方车站的聚会》票房超2亿元。

不仅文艺电影近年在市场颇为活跃，纪录片也不乏爆款之作。2017年慰安妇题材纪录片《二十二》逆袭市场，卖出1.7亿票房；动物题材纪录片《我们诞生在中国》实现了6600多万票房；2019年演唱会纪录电影《五月天人生无限公司》收获5000多万票房，而《喜马拉雅天梯》、《四个春天》、《我在故宫修文物》皆在市场上分得了一杯羹，主旋律纪录片《厉害了，我的国》更是强势卖到了4.8亿的票房成绩，惊艳四座。

文艺片等小众类型影片近年取得的市场成绩，离不开艺术放映近年来的长足发展，包括全国艺术电影放映联盟、首都之星艺术影院联盟、上海艺术电影联盟在内的多条艺术院线的成立，为小众影片提供了放映渠道和市场空间，打通了小众电影与观众之间的通道，为市场构建多元消费形态奠定基础。

业界表示，新时代中国电影要进一步细分类型片市场，深耕功夫片、喜剧片、爱情片等传统领域，并且向新的领域拓展。要鼓励电影艺术创新，不断用新的探索，大胆进行新颖表达，为多样化的创作打开新的通道，丰富观众不断变化的观影需求。



各地积极拓展公益电影放映服务范围

农村流动数字电影市场(2020年7月4日—7月10日):



据电影数字节目管理中心编辑部统计，截至2020年7月10日，数字电影交易服务平台可供订购影片超过4000部，其中2019年以来出品的影片200余部。上周(7月4日至7月10日)新增8部故事片。

上周27个省区市的111条农村院线订购影片1200余部，总计近29万场。9条农村院线订购过百部，浙江新农村数字电影院线有限公司和江苏新希望农村数字院线分别以241部、208部位居订购影片榜前两名；7条院线订购超万场，其中铜仁地区新锦江农村数字电影院线订购超57000场，为本周订购场次冠军；山东新农村院线回传放映卡次数超280次，回传放映场次近10000场，位列回传卡数和场次第一。

多种题材影片热订 满足农村群众需求

科教片《扫黄打非警示录》选取了湖南省近年来成功查办的“扫黄打非”典型案例，用“以案说法”方式，形象展示了“扫黄打非”工作，教育引导广大人民群众自觉抵制各类文化垃圾，提升广大民众、青年、学生对“扫黄打非”的认知能力。上周江苏省、河南省、浙江省等地区的29条院线订购了这部影片，积极通过公益电影放映下乡，加强“扫黄打非”进基层的宣传工作。

宣传教育片《2020年农村电影放映设备维护指南》订购过万场。随着各地逐步开启公益电影放映工作，各农村院线加大了设备巡检维护力度，通过该片学习解决放映工作中遇到的技术故障和难点问题，为提高放映质量保证放映效果进一步夯实基础。

喜剧影片《兴风作浪》以20条院线4000多场的订购成绩排名上周影片订购榜单第一。该片由宋晓峰、关婷娜、宋小宝等“赵家班”成员出演，是一部典型的东北喜剧。影片讲述了一对恰逢“七年之痒”的夫妻，联合朋友制造了一系列啼笑皆非的爱情考验，最后终于懂得了平淡日常相亲相爱的日子，才是最美好的生活。此外，主旋律影片《中国机长》仍然保持强势，以48条院线订购3948场的成绩位列

第二。抗日题材影片《豁出去了》则以25条院线订购3420场的成绩排名第三。

本周重点推荐的新片《又是一年三月三》，以精准扶贫为背景，以实施乡村振兴战略和生态文明建设为主线，讲述广西边境山村人民群众在新时代艰苦奋斗、改变家乡面貌、追求幸福美好生活的感人故事，表现了边疆稳定、民族团结、人民幸福的美好主题。

公益电影放映走进祠堂广场、绿道公园、搬迁安置点

“露天放映”一直以来是农村观众观影的主要形式，近期在城市社区的需求也逐步增多，一些农村院线主动出击，创新形式，拓展市场、提供服务。

7月7日，位于广东省佛山市高明区荷城街道阮西村祠堂广场热闹起来，大家结伴赶来“占座”，等待大片开映。夜幕降临，附近居民在现场欣赏到了电影《梦想之城》。今年佛山公益电影放映将从7月持续到12月31日，计划放映3924场。

近日，成都露天音乐公园在疫情后首次开放主舞台草坪，放映了《流浪地球》、《我和我的祖国》等电影。今年成都尝试在绿道、公园等地进行公益电影放映，并为观影人群提供了帐篷、懒人沙发、野餐垫等，让观众可以在“户外之家”坐着、躺着看电影，塑造新的“网红打卡点”。成都还将不断推出更多创新观影模式，推进电影公共服务全面升级，构建惠及人民的公共文化服务体系。

电影数字节目管理中心编辑部每周推出《农村电影市场周点评》，欢迎各省市区市电影管理部门、农村院线、影片发行方将近期影片订购情况、设备巡检运维工作、技术服务培训等信息及照片发给我们。《农村电影市场周点评》将在《中国电影报》、电影数字节目管理中心网站和微信公众号刊发，并选出优秀稿件推荐主流权威媒体刊发。投稿邮箱：dmcnews@dmc.org.cn，来稿请注明作者、联系方式及单位。

(电影数字节目管理中心 李斌)

