

主旋律电影观赏性强了

——谈今年国庆献礼片的成功转型

随着新中国成立 60 周年国庆的日子越来越近，电影市场上的献礼片也越来越多。和往年观众对主旋律电影普遍表现出的淡漠情绪相比，今年大众对国产献礼片显得兴趣十足，放映市场异常火爆，《建国大业》才上映 4 天就突破 1 亿元的票房，并且将总票房目标锁定到 4 亿元，同时也有不少观众已经开始关心《风声》的上映时间。为什么观众一下子对主旋律影片产生了浓厚兴趣呢？

大胆引入明星元素

的确，今年的主旋律电影和往年不太一样，首先，大量引进了商业片的要素。比如商业大片的最基本元素——明星，虽然之前的《红色恋人》《邓小平·1928》等起用了一些张国荣、余文乐等偶像明星，但像《建国大业》起用如此大规模的全明星阵容却是创下了中国电影的新纪录。《风声》里周迅、张涵予、李冰冰、

王志文、黄晓明、苏有朋等组成的明星阵容也极其可观。这样的明星阵容即使不看电影内容，就已经聚集了足够多的人气和话题，票房基本得到了保障。尽管有人认为这样可能会造成观众注意力分散到“看明星”上，但至少能够引导一大批平时较少观看主旋律电影的观众，特别是年轻观众进入影院，这已经成功了一大步，是一大突破。

摒弃说教形式丰富

千人一面、说教味浓是观众不喜欢主旋律影片的一大原因，今年的主旋律献礼片在开发影片的的可看性和故事性上下了大功夫。《天安门》采用了揭秘历史内幕的方法，把开国大典前夕一段不为人知的轶事娓娓道来，角度独特，故事生动。《可爱的中国》打破常规，用“三段式”的方式讲故事，意识大胆，结构巧妙，有史诗片的大气磅礴。《风声》更是把目前最流行的谍战剧作为电影样式，用隐蔽战线的惊心动魄来吸引观众，主创人员为了保持电影的神秘感，非常注意保密剧情，就连媒体看片也只放部分，要把悬念保留到上映的一刻，这样强调可看性对于主旋律影片来说还是首次。

集体出击成功转型

除了引进大量明星、开拓影片类型外，华丽震撼的声光电效果、大片式的运作宣传模式，商业大片式的元素被一一应用到以《建国大业》为代表的献礼片里。事实上，此类影片正在渐渐从以政治正确、但可看性较差的主旋律片，开始向主流、商业大片转型。所谓“主流”是指其主题是弘扬主旋律和主流的价值观，商业大片是指其艺术、观赏、技术与包装形式。用观众所喜闻乐见的娱乐片样式来承载主流价值观，达到票房和社会效益的双丰收，这是好莱坞电影制胜的法宝，《空军一号》《拯救大兵雷恩》《泰坦尼克号》等就是这样的典型，这也是中国主旋律电影一直想达到的目标。这次《建国大业》《风声》等献礼片的集体出击，为主旋律影片的转型迈进了一大步。（周铭）

揭秘刘翔医疗保障团队

9 名医生 4 个医疗点全天待命

本报综合消息 为确保刘翔复出之战万无一失，田管中心和上海莘庄训练基地安排了一个医疗保障团队，全程保障刘翔复出的安全。在 20 日晚正式比赛前，就像备战北京奥运会一样，他们先在莘庄基地进行了一次周密的演习。

刘翔此次参赛一再强调主要是找找比赛感觉，但从领导到家人，大家都希望他不要因心急而再次受伤。孙海平一再说：“赛前我要求他能快也不要快，但我知道比赛中不可预测的因素比较多，一旦跑兴奋了，什么事都会发生。赛前即使是热身，我也会要求他结束后，马上要对受伤部位进行冰敷。”

据上海体育职业技术学院院长杨培刚介绍，为确保刘翔复出之战不出意外，所有环节应该做到的预防措施，他们全部想到了。

刘翔医疗团队分为医疗保障和后勤保障两大部分。其中医疗保障小组挂帅的是华山医院著名的教授、专家陈世益，陈教授不仅是刘翔医疗保障小组的成员，同时也是上海各大赛事的首席医务官。本次比赛，包括陈世益教授在内，共有 9 名医生，分布在 4 个医疗点全天待命，他们虽然也为大赛提供医疗服务，但为刘翔保驾护航是他们最重要的任务。

上周五在莘庄基地，这两大保

障团队还提前进行了一次演习。演习和正式比赛的流程一模一样，从刘翔做准备活动开始，到他进场、发令、起跑到赛后的恢复，甚至如何摆脱追星族返回酒店、如何进入新闻发布会现场，他们都进行了详细布置和应对之策。对于刘翔的防护要求，先是刘翔热身前的热敷，然后是准备活动，此后是起跑，完了之后冰敷，晚上再进行泡脚和全身按摩。这一整套程序莘庄基地事前已演练得非常熟练，据了解，在参加今年 10 月上旬的第十一届全运会期间，这一班人马和防护保障措施仍将发挥作用。

（陈嘉堃）

男篮欧锦赛

西班牙队首次夺冠

本报综合消息 2009 年欧洲男篮锦标赛于北京时间昨天凌晨在波兰鸣金，在夺冠战中西班牙队凭借较高的投篮命中率和篮板绝对优势，以 85 比 63 轻取塞尔维亚队，首次摘得欧锦赛桂冠，场均砍下 18.7 分的加索尔

荣膺 MVP。

2006 年世锦赛冠军西班牙队，此前 6 次杀进欧锦赛决赛，但之前从未折桂。

在季军争夺战中，尤纳斯执教的希腊队以 57 比 56 险胜斯洛文尼亚队。

（孙保生）



西班牙队球员在颁奖仪式上庆祝

能“自动升级”才是真正的互联网电视

TCL 互联网电视火爆国庆家电卖场

本报讯（记者 张霞） 国庆前夕，独具升级功能的 TCL 互联网电视，在全国各大城市的家电卖场销售异常火爆，成为口碑最好、最受消费者欢迎的液晶明星。为什么 TCL 互联网电视迅速风靡全国？借一位用户话说就是：精彩大片连连看，自动升级更精彩。

认准升级功能，畅享互联精彩

在互联网时代，技术的更新换代加速。此前有用户投诉，买回家的某品牌液晶电视播放不了网络视频，在经调查后发现，原来这台电视无法读取新的“视频解码格式”。互联网上各项新技术、新软件层出不穷，如果互联网电视不能够持续升级，那么就很容易被淘汰。

TCL 全系列互联网电视均拥有独特的后台自动升级系统。7 月底，TCL 进行首次全球自动升级，让已购机用户体验到了“在线观看”等三大新功能，其中在线观看的清晰度可达 576 线，接近 DVD 的清晰度。9 月

上旬，TCL 完成了第二次全球自动升级，所有已购机用户，可体验到全新的“远程教育”服务，首先推出“幼儿教育”版块，未来还将实现“资讯百科”等更多教育内容。不少用户在体验了两次升级后，都兴奋地说，“太棒了，我家的电视现在永不过时”。

笔者了解到，当前具备升级功能的目前只有 TCL 一家。所以，很多了解情况的消费者，在选购时毫不犹豫就选择了 TCL 的互联网电视，伴随着自动升级的不断开启，让用户随时跟上互联网的技术发展，未来更多精彩值得期待。

型号齐全，优惠多多

此次 TCL 国庆促销的互联网电视阵容强大，包括 P10、S9、E9、M9 等四大系列近六十款互联网电视，为广大消费者提供了多种选择。

新一代互联网电视——蓝光互联网电视也已全面上市，除具备的互联网电视系列的经典功能外，蓝光互联网电视又拥有“在线卡拉

OK”、“资讯快报”，“体感游戏”等全新服务。此外，原装三星屏的配备，最新蓝光解码技术，让画面更加震撼，独有“双色无痕注塑工艺”让边框幻彩多变，一经上市便荣获 2009CIDF 最佳外观设计奖，2009 数字电视产业贡献奖等多个奖项。

据悉，TCL 蓝光互联网电视国庆期间有多重优惠，消费者只要提前预定就有机会获得五重惊喜大礼：惊喜一：预定均有精美礼品一份；惊喜二：购机送豪礼；惊喜三：“互联网”“P10”及大屏幕液晶，预存 100 元抵 1000 元，1000 可直接冲减货款；惊喜四：预定即可享受“冰点价格”，“零利润”销售；惊喜五：液晶附件挂架、底座二选一免费送。更多详情咨询各市区、县 TCL 彩电专柜。

特别的爱给特别的你！在祖国 60 华诞之际，TCL 彩电特为周口人民送上“十一”液晶盛宴。冰点价格，多重“金”喜，电话预订火热进行中……

《建国大业》慈善首映礼在香港举行



9 月 20 日，电影《建国大业》的主创人员在首映礼上

据新华社电 9 月 20 日，由中影集团、上影集团等十几家国内影视机构联合投资拍摄的国庆献礼电影《建国大业》香港慈善首映礼在香港会展中心举行，影片将于 10 月 1 日在香港上映。

十年修一典

新版《辞海》问世

新华社上海 9 月 21 日电（记者 赵兰英） 新版《辞海》21 日起面向读者发行。这部凝聚了中国几代学人心血的综合性大辞典，已进行了 6 次大规模修订。

《辞海》始编于 1915 年，于 1936 年出版。新中国成立后，《辞海》重新修订，1965 年出版征求意见稿，1979 年正式出版。此后，每 10 年修订一次。

此次新修订的《辞海》共收录了 18000 余个单字字头、127000 多条词目、2300 余万字，16000 余幅图片。

2000 余名专家、学者参与了新版《辞海》的修订工作。

打开新版《辞海》，新增收的常用或流行的近现代汉语和网络用语，以及“西气东输工程”“中华世纪坛”“嫦娥工程”“北斗导航定位卫星系统”等条目，展现了新中国成立 60 年来我国社会生活方方面面的变化和辉煌成就。

新版《辞海》，主编为夏征农和陈至立，由上海世纪出版集团上海辞书出版社出版。为确保权威性，书稿在进入印刷厂前，通过了 23 个审查环节。

刘德华《母亲》献国庆

本报综合消息 刘德华于 1997 年香港回归时首度发表演唱了《中国人》，今年正值新中国成立 60 周年，刘德华亲自填词演唱《母亲》一曲献给祖国。

相较于《中国人》的气势磅礴，《母亲》柔中带着刚强。歌曲娓娓道来中国源远流长的文化及大江大河的胸怀。这首歌的 MV 由中央台导演杨东升执导，以黄河、长江为背景。（夏琦）

国美 180 亿大单暴出家电全年“抄底价”

近日国美集团与全球 500 家厂家签订 180 亿元采购大单，成为今年全行业最大的单笔采购订单。业内专家分析认为，在原材料价格上涨及通胀预期背景下，国美该笔订单将拉低全行业市场价格，家电业全年“抄底价”有望在十一黄金周期间出现。

有关研究表明，随着美元持续走软，国际原材料价格的持续上涨，家电产品价格已出现上扬的趋势。此次国美集团与全球 500 余家厂家签订 180 亿大单，旨在通过大单直供缓解原材料价格上涨带来的压力，十一期间为消费者提供最大的价格优惠。国美副总裁李俊涛表示，此次大单采购更加着重于商品的性价比。在采购之前，我们已经充分了解市场的消费需求，在此次采购的国庆专供商品中有新品、

针对新婚家装的套餐组合商品、针对以旧换新的商品，以及大量特价商品。目的是进一步通过更低的价格、更优的性价比全面引爆十一黄金周的家电市场。

作为全国最大的零售企业，国美是家电厂家深挖内需市场的最大渠道。为给厂家提供最佳的销售平台，2009 年初国美开始实施以提升单店效益为主的战略转型，通过门店再造、取消进场费、提高流通效率等举措，为厂家节省大量的成本投入。因此，国美也赢得了厂家的优势促销资源支持，此次厂家的直供特价机型超过 30%。500 余供应商纷纷表示将第一时间供应给国美最畅销产品及最新产品，同时也将提供最大促销资源保障最低价格。