

《哪吒2》凭啥闯进票房全球前十

逄海涛

中国新闻名专栏 之江观察

50亿元、100亿元、120亿元……从来没有一部国产电影的票房被如此关注,同时还打破了多项影史纪录。2月17日下午,《哪吒之魔童闹海》(下称《哪吒2》)以一飞冲天的“破关”速度,超越《狮子王》,挺进全球影史票房榜前十。

这是中国电影史上的一个里程碑式事件。这不仅仅是票房收入的突破,更是一场文化自信的飞升。《哪吒2》自大年初一起上映,一路高开疯走。虽说是一部动画片,但在观众席上抱着爆米花桶看得津津有味的,可不仅仅是小朋友。讲亲情、讲友情,令人泪目;讲人生、讲命运,也令人动容,此外,还有细节满满的画面、炫酷的画面效果、个性鲜明

“卖惨”视频何以得逞

谢媛戎

近日,央视曝光了“卖惨主播”欺诈行为的流水线,其中一个名为“大先哥助农在行动”账号以虚假的“卖惨”“助农”故事,销售水果金额高达400余万元。通过精心设计的剧本,一人在不同视频中扮演多重角色,如贫困果农、善意或恶意收购商,以此博得观众同情并购买。然而,直播展示的水果与实际售卖的存在明显差异,消费者因退货流程繁琐及商品价格低廉,往往选择默默接受,有苦难言。

警方深入调查发现,“卖惨”背后隐藏着一条包括人设打造、内容创作、电商运营及农产品供应在内的灰色产业链。

在流量至上的网络环境中,“卖惨”已不是新鲜事,诸多“卖惨视频”的剧情也似曾相识。一些主播为了迅速积累人气和变现,不惜编造悲惨故事,消费公众的同情心。然而,这种行为不仅是对观众情感的严重欺骗,更是对网络内容真实性原则的粗暴践踏,加剧了“流量为王”的不良风气。

“卖惨主播”之所以能在网络上肆虐,关键在于其精准把控人性弱点的内容生产机制。在《群体的疯狂》中,威廉·伯恩斯坦曾援引一位心理学家的理论:人类偏爱通过叙事理解世界,而引人入胜的故事往往能侵蚀批判性思维能力,引发情感共鸣。换句话说,

的角色设定。可以说,这部电影的主创以5年磨一剑的功夫,以中国传统神话IP为蓝本,精雕细琢,奉献了一部中国好电影。

在这张全球影史票房的PK榜上,能在前十留名殊为不易。放眼望去,别说榜单前十,即使前30也全是好莱坞出品。全球影史票房前十的片子,基本上都是商业大IP,比如美国的《星球大战》系列电影,以及最近20年在全球商业片中占据统治地位的漫威电影。小小哪吒,真的应验了电影中的那句台词:“若前方无路,我便踏出一条路!”它用中国式的叙事方式、美学风格和价值理念,向世界展示了不同于好莱坞的另一种可能。这种突破不仅体现在票房数字上,更体现在文化影响力的提升上。前几天,奥斯卡奖评委隔空喊话《哪吒2》参评奥斯卡,正是这种影响力最直接的体现。

《哪吒2》票房和口碑双丰收,因素有很

多。除了前面提到的方方面面,最重要的一点是:讲了一个百分百中国味儿的好故事。一部好电影,首先是一个好故事。效果、台词、人设、画面、节奏……都要为讲好故事服务。情绪共鸣、价值共鸣和精神共鸣,构成了这个故事最重要的内核。

五千多年的中华文明史,蕴藏着无数这样引人入胜的故事。刚刚过去的蛇年春节,观潮汕英歌舞,赏歙县嬉鱼灯,去大理学扎染,到陕北听说书……打卡非遗项目、体验“年味游”成为不少人的新玩法;在哈尔滨亚冬会开闭幕仪式上,我们目睹了一幅幅充满中式美学的画面,生动演绎了中国式的浪漫;在浙江,中国历代绘画大系典藏馆内,观众通过3D数字测量与重建技术,瞬间穿越千年……如何把这些故事像《哪吒2》一样讲出动静、讲出爆点,需要像饺子导演一样,下一番“深挖细磨”的功夫。

画中话



头顶大事,岂能“帽”险

近日,央视曝光的安全帽乱象令人震惊。有的在网络平台公开售假,安全帽合格证网络上随意买卖;有的把塑料帽、防盜帽充当安全帽,过期近20年的安全帽仍在销售;有的用回收料制作安全帽,3个月老化变脆……对于工人而言,佩戴劣质安全帽无疑是将自己置于巨大的危险之中。呼吁各方加大监管力度,彻底整治安全帽乱象,为劳动者撑起一片安全的蓝天。

高晓建 作

下调贷款利率,减轻购房成本;优化租房提取流程,助力百姓安居;多地支持异地提取,方便市民买房购房;零材料申请,随时随地办理业务……央视新闻报道,今年以来,全国有超过20个城市相继出台住房公积金优化调整政策,降低了购房成本和门槛,给老百姓带来了很大的便利。

2024年12月,中央经济工作会议明确提出,要持续用力推动房地产市场止跌回稳。

对购房者予以实打实支持和帮助,是题中应有之义。对此,除了降低贷款利率和首付比例、税费外,改善公积金使用政策和机制,让公积金取用更便捷,也是重要一环。

长期以来,住房公积金制度支撑起群众的安居梦,在住房保障方面发挥了重要作用。而随着房地产市场出现新形势、新变化,特别是商贷利率的逐步降低甚至逼近公积金贷款利率,加之,过往全国有些地方公积金在提取和使用等方面存在一定的障碍——如提取使用条件限制较多、资金使用效率不高等。

公积金作为职工的一项兜底性保障资金,也是职工的一项实际“收入”,在减轻购房压力、增强职工获得感等方面依然起着不可替代的作用,因而对其存在价值无需怀疑。但现实场景中出现的种种难题一再表明,公积金制度和机制必须与时俱进地调整。通过制度和机制改革,激发公积金“活力”,让公积金账户随着购房和租房者的实际需求“动起来”,从而发挥更大效能。

多个地方推出的新政,特别是异地提取和零材料申请之策,进一步降低了公积金提取的门槛,使之更为灵活、便捷,这将大大增强群众使用公积金的信心。可以预见,公积金使用“不畅”造成的资金沉睡现象,将大为减少。而在越来越多城市推广公积金新政、越来越多消费者享受最优化公积金使用机制后,购房和租房的难度将大大降低,这对构建更加完善的住房保障体系,促进房地产消费市场平稳健康发展,助力经济发展,大有裨益。

推行公积金新政,为公积金“扩容升级”,核心意义是改善民生福祉。进一步扩大公积金制度的受益面,是此次各地新政的本质特征和追求。北京等试点住房公积金“直付房租”、一些城市将灵活就业人员或新市民等群体纳入公积金制度、一些城市允许家庭成员使用公积金,乃至上调多子女家庭的公积金贷款额度,凡此种种,体现出相关改革举措在释放公积金红利的基础上,更加关注民生痛点和难点,更加关注社会公平正义,更加呼应在城市打拼者的梦想。在这种情景中,公积金不再是一种“特殊待遇”,而是一种可以深层次协调和共享的“神器”。这一改革,真正体现了以人民为中心的发展思想。

相关城市推出的新政,虽还处于因地制宜的探索阶段,但其助力群众提升居住质量、增加群众获得感和幸福感的总体方向不会改变。而各地创造的经验,也将在更广层面形成共识,进而推进全国范围的公积金改革。

公积金新政,发力惠民生

伍里川

