

选择八大领域非物质文化遗产大师作为切入点，是在为观众制作精品内容、推动我国商业纪录片进入更高水准的同时，承担起提升民族文化自信、传承民族匠艺的责任，让故事和器物走出屏幕之外，走入日常之中。

## 正在破局的纪录片生存之道

喜欢看电影的观众应该了解，即便偶有《二十二》这样品质与话题度均在线的纪录片出现，也无法拯救国内院线纪录片整体惨淡的现状。中国传媒大学新闻传播学部副校长、中国纪录片研究中心主任何苏六透露：“近些年，每年拿到‘龙标’的纪录片都会有30多部，但最终观众能在影院看到的不到三分之一。很多纪录片在宣发成本这一关就难以实现收支平衡，最终止步院线之外。”

这是一个受众和创作者，都要接受的“改造”难题。

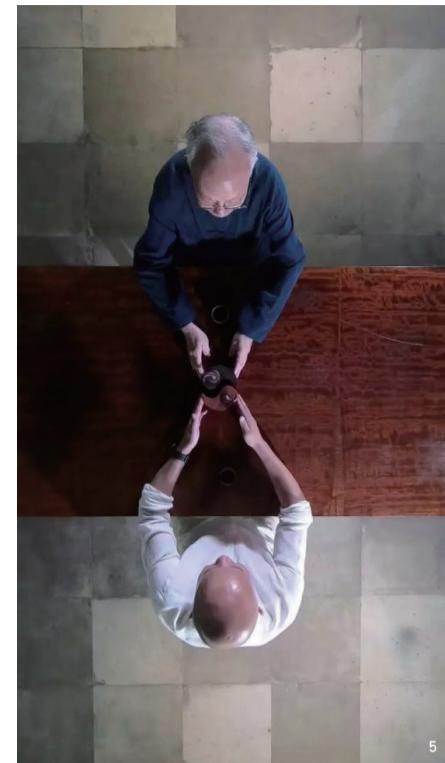
纪录片本身的特质决定了它在传播上有一定局限性，在娱乐语境下，观众喜欢浅表愉悦的内容而非严肃思考，但这并不意味着纪录片天然就是排斥观众的。正是有《国家宝藏》《了不起的村落》《寻找手艺》《讲究》这样富有传统文化底蕴与趣味的纪录片式网络节目，观众的“养成”才成为可能。而业内普遍认为，新媒体将是推动中国纪录片产业发展的核心驱动力。像《讲究》的前几季，正是在网上热播获得好评无数，反而实现了“从网到台”的反向输出，进一步在CCTV-10《探索·发现》栏目播出，继续得到更多人的认同和喜爱。

另一方面，对创作者而言，何苏六认为他们应该思考如何实现纪录片由“作品”向“产品”的转向：“纪录片创作者应该放下身段，运用市场思维来创作，不要自娱自乐。要了解观众的趣味是什么，在遵循市场规律的基础上，用故事化的手法完成包装。”

从湖南卫视走出的“知了青年”团队就做出过《了不起的村落》《了不起的匠人》这样的成功案例。新视听、新视角是首要的法宝。记得2016年《了不起的匠人》第一季开播，作为分享人的林志玲标志性的柔软声音从屏幕里淙淙流出，讲述着“有一个美国女孩，她十年的青春，都在高原深居简出，带领藏民，用古法编织耗牛绒围巾”，文案诗意、有情怀，一下子在微博话题阅读量、播放量上都取得了惊人的成绩，全网播放量仅在BBC生态纪录片之后，位居第二。

《了不起的村落》同样如此，摒弃了科普般的板正解说，从村落群像出发，落点于村民个体，从平行的视角向人们缓缓诉说着老一辈人的生存智慧，感知时代变迁，再加上每一帧画面都精细无比，声音体验细腻且饱含情感。至此，纪录片或是故事片又有什么分别呢？受追捧的好影像，从来都只关乎一个好故事，和一条会牵引人情绪的动线。

此外，该系列IP纪录片是被当作产品去设计和打造的。“所谓产品，一定是关注用户、关注变现的。”视频页面搭载了边看边买匠人手作产品的功能体验，还举办了“了不起”系列展览，在多个城市巡展……对产品的孵化进行了顶层设计，融合商业运营模式，让故事和器物走出屏幕之外，走入日常之中。



## 资讯

·广告·

### AU+致力用油健康

现如今我国居民中肥胖症、心血管疾病等慢性病增加，这与人们平时不良的膳食摄入习惯，身体活动减少密切相关，这其中食用油摄入过量也是一个重要原因。AU+公司，致力于让每个家庭都能吃到真正健康的食用油，AU+公司的亚麻籽油，采摘来自全球公认的欧洲阿尔卑斯山北部的亚麻籽原料，用冷压初榨的最先进加工工艺，达到一级标准，经不断研发和调试，力求出品的每一瓶高品质AU+油，无论从口感还是健康都值得消费者信任和放心，并且每一瓶AU+成品都贴有公司认证的防伪标签。除了对食用油本身的严格把关甄选之外，公司还特别成立了“AU+海普健康学院”，以每周不少于一堂专业课，多次讨论分享课的互动形式，更多地帮助每一位消费者真正了解选用和使用食用油。



卡拉帆船赛暨诺卡拉17亚洲锦标赛发布会举行。赛事将把运动、艺术、时尚融合起来，传达“可持续发展、时尚、运动”的生活态度和理念。

### 电影《红楼梦》正式开机

据悉，由胡玫执导的全新电影版《红楼梦》日前在河北香河天下第一城秘密开机，导演胡玫携手制片人苏志鸿、视觉导演赵小丁、美术指导霍廷霄、摄影指导赵晓时、造型指导陈同勋等亮相，共同宣布电影《红楼梦》正式开机拍摄。



### 朱老师带你看电影走进上影影城

7月6日，上海市文化广播影视管理局指导、上海市电影发行放映行业协会主办、上海永华影城有限公司承办的“擦亮上海”文化品牌，提升影院服务水平——朱老师带你看电影”星级影院推优活动在SFC上影影城港汇恒隆永华店举办。



### 2018上海杯诺卡拉帆船赛即将开赛

在世界帆船联合会、中国帆船帆板协会、上海市体育局、虹口区人民政府支持下，2018上海杯诺



### 凯叔成为山姆新荣誉会员

6月30日，全球最大的仓储式会员制商店之一——山姆会员商店携手“凯叔讲故事”创始人凯叔（王凯）亮相上海。山姆会员商店电子商务及跨境电商高级副总裁陈志宇向凯叔（王凯）授予荣誉会员，之前获赠山姆荣誉会员的包括贝克汉姆和小S（徐熙娣）等。山姆目前在中国17个城市开设了21家门店，为严控商品品质，山姆制定了精准的选品体系，利用服务中国会员22年的经验，精挑全球30多个国家以及国内优质产地的商品，其自有品牌Member's Mark已成为山姆

### “仙人的树林”展引人入胜

震旦博物馆携手艺术家邬建安、国家级非遗项目传承人汪天稳，融远古神话、历史文物、非遗传承等，创造了“仙人的树林”。作品之间没有边界，天与人、古与今、神话与真实，无你我无，展现传统文化基因中活跃的艺术能量。



### Miss Paris&Dandy House上海中心店开幕

近日，日本高端美容沙龙Miss Paris&Dandy House上海中心店盛大开幕。现场邀请了蜜丝芭莉集团国际部负责人Mr. Jimmy，还有三位美丽动人

的国际小姐前来助阵。Miss Paris将综合利用技术、仪器、健康食品和化妆品，为女性提供高品质的面部护理和瘦身服务。Dandy House则通过高效的技术与切实的指导，让男性增添自我魅力，拥有完美形象。

### PERONI带你领略意式高端啤酒

意大利啤酒品牌“PERONI贝罗尼”近日亮相宝格丽酒店，以一场充满浓郁意大利风情的盛大酒会，见证品牌“正式进入中国内地市场”。率先推出的“PERONI贝罗尼”（瓶装330ml），将主要在高级意大利餐厅与五星级酒店酒吧进行推广。



## 天赋与努力缺一不可 新一代智跑为你诠释冠军基因

2018年俄罗斯世界杯频频爆冷，在炎炎夏日里为全世界球迷带来了宛如过山车般的刺激体验。运气也是实力的一部分，但真正的冠军必定是强大天赋和后天努力共同作用的结果。球场如此，车市亦然。唯有产品实力超群、精通营销之道的强者，才能赢得最终的胜利。

新一代智跑作为东风悦达起亚战略SUV车型，以“标配新基准”的越级产品力和超高性价比，成就领先同侪的天赋优势。新一代智跑外观设计遵循年轻人青睐的硬派美学，彰显硬朗大气风范。动力方面，搭载了Nu 2.0L自然吸气发动机，实现了强劲动力输出与环保性的完美平衡。配置方面，新一代智跑搭载了具备百度DuerOS系统的8英寸智能互联系统，能实现语音导航及车内语音操控系统、娱乐信息多样化搜



索等功能。

世界杯期间，东风悦达起亚还推出了“走！新一代智跑带你去看世界杯”活动，抽取幸运车主参加世界杯现场观赛活动和俄罗斯7日游。

天赋强大，营销有道，新一代智跑上市仅2个多月销量便突破2.1万辆，接下来还将推出更多具有吸引力的市场营销活动，为中国消费者带来更多精彩。