

海外受追捧，单集销价有望超《故宫》

“一位作家这样描述中国人淳朴的生命观：他们在埋头种地和低头吃饭时，总不会忘记抬头看一看天……”在一段诗样的旁白中，这一周多来让无数中国“吃货”无比团结地端坐一起，老老实实盯着电视屏幕，纪录片《舌尖上的中国》用它惯用的叙述风格结束了这场美食电视盛宴。它的平均收视率达到了0.5%。中国国际电视总公司海外发行部主任张琳告诉记者，国外买手对《舌尖上的中国》反响强烈，一些国家和地区还发生了争抢该片的现象。“这是纪录片领域里面近几年比较少见的。”张琳透露，有了这样的底气，《舌尖上的中国》很有可能海外销售市场上达到一个历史突破性的成绩。在此之前，央视纪录片的单集销售纪录是由当年的《故宫》创造，每集售价高达6万美元。



娱乐播报



张艺谋回应“签万达”传言：

正在接触中

张艺谋自从与张维平“分手”以来，立刻成为各家影视公司争抢的“香饽饽”。先是有消息称张艺谋签约小马奔腾，而小马奔腾方面回应“暂未确定消息”；随后又传出张艺谋海外经纪约签给了全球第一经纪公司CAA，但是这些消息都没有得到确切回应，对于此次张艺谋加盟万达集团一事也绝非空穴来风，有业内人士透露，万达院线目前在为上市作准备，签下张艺谋肯定是有极大帮助，记者也从知情人处获悉：“这事靠谱。”针对此事，昨日记者致电张艺谋助理庞女士，她直言，目前张艺谋手中有几个新项目，但都在前期策划中，至于张艺谋是否已经签约万达，她直言：“正在接触中。”

据新华网

姜文新片邀巩俐 葛优加盟

23日，制片人透露，姜文的新片作为《让子弹飞》的续集与前作却没有特别紧密的联系。影片还将力邀巩俐和葛优加盟，姜文有望和巩俐25年后再度牵手合作。此外有一位神秘的美国演员也在商谈之中，具体身份还未透露。这部影片的投资超过《让子弹飞》的2000万美元。

据新华网

宋丹丹或将加盟《脱颖而出》

江苏卫视“幸福生活季”即将温馨起航！都市情感喜剧《金太狼的幸福生活》于5月22日正式登陆江苏卫视，感悟都市青年男女的婚恋之路。剧中的“傲娇”丈母娘宋丹丹更为向好友倪萍“报恩”，有望担任《脱颖而出》之“星秀女主持”的又一麻辣嘉宾评委。

(胡倚)

孟非延误治疗或留下后遗症

上周六，孟非在录制《非诚勿扰》时不慎掉落舞台，致左手骨折，随后虽已到医院就医，并用石膏固定住受伤的手臂，但却传出伤情加重。22日，孟非在医院进行手术。医生表示，孟非治疗有些延误，会不会留下后遗症，还要看手术情况和之后的恢复情况。

(蔡慕嘉)

写真遍布法国街头

范冰冰被称“香街一姐”

日前，范冰冰登上法国顶尖时尚杂志封面。三度赴戛纳，并有电影《stretch》法国公映。范冰冰已是法国人熟知的中国脸孔。据称，范冰冰的写真已遍布法国街头，巴黎香榭丽舍大街随处可见，网友趣称范冰冰为“香街一姐”。

据《齐鲁晚报》

陈凯歌自曝《搜索》促成“廷圆恋”

昨日，陈凯歌携新片《搜索》前往第65届戛纳国际电影节作宣传。谈及高圆圆和赵又廷的恋情，陈凯歌亲证此事：“还真有这么回事儿，在戏开拍之前，我就和太太打赌，不管谁演这个角色，只要认真对待，准保最后爱上，最后陈红为此还欠我一顿饭。”

据北青网

小S回归《康熙来了》

据台湾媒体报道，小S昨天重返《康熙来了》，主持第2000集。小S已经生了三胎，外传不再生，她自己也说“封肚”。此外，《康熙来了》为庆祝小S产后复出，特地在官方微博上，陈汉典反串小S的趣味照，写下：“希望这么倒数她不会生气，呵呵。”短短几个小时，已涌进大票粉丝祝贺。

(钟今)

红 得 有 道 理 吗 《舌尖上的中国》

1 火暴盖过剧集

口碑效应推高收视率

从5月14日起，微博上最热的话题之一就是《舌尖上的中国》。一时间，全中国的“吃货”们都集体守在电视机前，一边在微博上骂着央视不安好心，半夜三更用美食诱惑全国观众，一边流着口水，不愿放过屏幕上任何一个美食的镜头。尽管第七集《我们的田野》还没有播出，但接受记者采访的总导演陈晓卿对收视率已经是相当满意。“平均收视率达到0.5%，高于同时段的电视剧，最高一集的第四集达到了0.55%的收视率，这个水平已经和BBC的纪录片差不多了。”陈晓卿笑着说，这个收视率在近几年里的纪录片中算是很高了，不过和以前还是不能比，2005年央视一套播出《故宫》时，平均收视率曾达到过0.6%。尽管没有成为历史收视王，《舌尖上的中国》这一周里的口碑效应却是值得称道。陈晓卿总结其中原因是，首先是题材好，大家喜欢；其次是赶上了好时候，如果不是央视一套此次改版后拿出晚间时段给纪录片的话，不会有那么好的收视效果；第三则是整个创作团队付出的辛劳。

然而，在媒体连篇累牍的称赞和解读声中，陈晓卿也意外透露出一丝迷茫：“有的报道说，《舌尖上的中国》是在呼吁中国传统美食的传承和保护，其实我并没有这么多的想法，没有想那么深，这就是个吃的节目，向全世界介绍中国，而且介绍的都是特别精致的吃的东西，很多中国美食博大精深这方面体现得不是特别充分，有的媒体是过度诠释了。”

2 口碑带动销售

三阳南货店销量上升20%

热播的同时，《舌尖上的中国》在现实的世界里也引发了人们对传统美食的怀旧风。曾在第四集《时间的味道》中亮相过的上海三阳南货店，在播出之后增加了不少人流量。店里的值班经理韩先生告诉记者，现在并非传

统意义上南货销售的旺季，但这两天和往年的淡季状况相比，销售量上升了10%—20%。“我想推动销售的效果肯定会有，也有人看到片子特意过来买南货。”韩先生感慨，在越来越多外来食品涌入中国的当下，年轻人面临更多美食选择，有这么一部能够唤回人们对传统食物眷恋之情的纪录片面世，对于中国美食来讲，无疑是一件好事。

无锡《新周刊》的美食记者万华是《舌尖上的中国》摄制组在无锡拍摄时的“全程地陪”。他告诉记者，摄制组在无锡拍摄时特地关照他帮忙推荐街边的草根美食，先后拍了不下10个点，最终因为要切合第六集《五味的调和》中关于无锡“甜”的主题，一些和甜没关系的素材包括无锡河豚、太湖三白最后都被舍弃了。然而，在播出之后，很多无锡当地人都来问他，这些美食哪里能买到，甚至于连诺邓火腿这样的并非无锡当地的美食，都会有人打来电话咨询。而他们的报纸也为此做了几期专题，专门介绍无锡的美食地图。“这样一部纪录片会给无锡本地的传统食品带来很大帮助。”万华表示，这其中网络起了很大的作用，在微薄的口碑效应下，无锡很多“吃货”早就通过淘宝，大肆采购在电视上看到的各类美食。

3 海外市场追捧

有望超《故宫》单集纪录

另外一个“战场”上，《舌尖上的中国》同样捷报频传。中国国际电视总公司海外发行部主任张琳昨天接受记者采访时透露，《舌尖上的中国》在海外的销售情况异常热烈，刚播出时他们给各个区域的播出平台发了样片，就得到了积极的反馈，有的外销区域里几家电视台争着要买，海外发行部甚至有余地来比较价格和播出平台的影响力。

早在今年4月的第65届戛纳国际电影节上，《舌尖上的中国》作为中国参展纪录片就引起了业界关注。陈

晓卿告诉记者，《舌尖上的中国》是中国所有参展纪录片中间询量位居第二的片子(问询量第一位的是一部反映中国当代关乎国计民生的特重大超常规工程的纪录片《超级工程》)。当时，戛纳电影节组委会主席索尼·莫莱蒂还点名观看了《舌尖上的中国》片花。法国纪录片公司的卡特琳娜女士看完片花后称赞说，片子精彩，质量很高，具备世界水平，她有意购买。“这部片子在发行上不用我们追着去推荐就有人互相竞价，这在近几年的纪录片领域里面是比较少的现象。”张琳透露，目前除了中国香港、台湾地区的电视台早就下好订单之外，韩国、日本也已经差不多定下来了，东南亚、欧洲市场这样的传统外销区域都很关注这个节目，德国、法国、俄罗斯的电视台都有意向要购买，具体情况6月就会有反馈。此前，央视纪录片在发行上创造的纪录有两个，一个是由《故宫》保持的单价最高纪录，平均每集价格达到6万美元，一个是由《再说长江》保持的累计发行收益最高纪录，平均到每集价格也有四五万美元。张琳表示，《舌尖上的中国》有信心在发行上创造近年的一个高峰，希望能做到历史突破的成绩。

4 植入广告空间大

不排除不会直接植入

《舌尖上的中国》收官后，已在5月23日22:00起于央视九套纪录频道与观众见面。与此同时，网友们纷纷关注《舌尖上的中国》第二季的进度。对此，陈晓卿透露，如果要拍第二季，他不会再用第一季中留下的素材，而是会选择新的角度。随着第一季的热播，很多颇有营销头脑的网友纷纷指出，《舌尖上的中国》有着丰富的广告植入空间。对于网友们的建议，陈晓卿笑着表示，作为一部商业纪录片，他并不排斥植入广告，第一季就因为时间原因没在这一块做开。但另一方面，他对广告植入的态度只会考虑特约播映的方式，不赞成直接植入到节目当中，否则商业上的考虑肯定会和导演的观念起冲突，从而影响片子的质量。

据《新闻晨报》