

2020 株洲神农福地消费节昨日启幕 十大主题活动、上千家商户 给市民送让利“红包”



▲株洲日报社直播现场直播带货 通讯员供图

本报讯(记者 伍靖雯 通讯员 谭茜君)9月8日,2020年全国“消费促进月”湖南分会场暨株洲神农福地消费节正式启幕。

1-7月,我市消费增速居全省第3,高于全省0.3%,高于全国4.2%。持续掀起消费热潮,乘着商务部组织全国“消费促进月”活动的东风,我市精心策划开展神农福地消费节系列活动。

这次活动由省商务厅、市政府联合主办,市商

务和粮食局、各县市区政府共同承办,以“乐享消费,美好生活”为主题,时间为2020年9月8日至12月31日,期间共策划安排十大主题活动,涵盖了购物、餐饮、汽车、陶瓷、家电、文化、旅游等多个消费板块,全市各大中小型商场、宾馆酒店、餐饮企业、商品批发市场、商贸流通企业等上千家商户参与这场消费“盛宴”,给市民们送上实惠折扣福利、让利“红包”。

相关链接 十大主题活动

- 1、奇迹现代物流中心启航、百万让利感恩市民。全市首家集物流配送、电子商务和购物于一体的大型仓储式会员店启航,让利200万元回馈市民。
- 2、全城商家大联动、百花齐放促消费。电商协会、汽车行业协会等组织上百家企业开展形式多样的促销活动,拉动消费需求。
- 3、“神农联盟”惠企公益平台上线。通过线上红包池、网红推荐,为本土企业带来销售转化,计划带动相关消费5亿元以上。
- 4、五大直播电商示范产业带直播带货。株洲新闻网、株洲衣哥等50个抖音直播间全员上阵,提升消费人气。
- 5、“夜间经济”让株洲的夜“越夜越亮”。开展“夜购”“夜娱”“夜游”“夜宿”等活动,激活消费夜经济。
- 6、2020株洲首届家有喜事“喜宴团购季”。

- 7、2020湖南(醴陵)国际陶瓷产业博览会。聚焦长株潭、湘赣边城市群,引流各地参展、观展、采购等群体来醴“淘”瓷。
- 8、2020湖南服饰博览会暨芦淞服饰节。这将服饰产业链上中下游企业、采购商、经销商搭建交流合作平台,进一步提升消费。
- 9、2020株洲惠民汽车消费节暨新能源汽车下乡巡展。在城区、炎陵、攸县等地巡回推广汽车消费,加速汽车企业订单、消费需求等方面的内循环。
- 10、2020株洲非物质文化遗产产品展示交易会。组织株洲本地及市外非物质文化遗产名录项目单位,与采购商进行洽谈交易,推动株洲非遗产品走向世界。

配合我市智轨一期项目施工 泰山路和长江南路300余个停车位暂停收费

本报讯(记者 戴凇)记者从市城市公用事业经营有限公司获悉,为配合株洲市智能轨道交通系统一期工程项目施工,即日起,沿线部分路段临时停车收费泊位暂停收费。

据悉,受株洲市智能轨道交通系统一期工程项目施工的影响,市城市公用事业经营有限公司决定自9月8日起,对泰山路(森林路-黄河路)、长江南路(泰山路-天台路)的道路临时停车收费泊位免收停车费。

相关负责人表示,自2018年我市启动道路临时停车泊位收费以来,全市收费泊位达到1900余个,道路临时停车泊位周转率大幅提升,市民停车更加便捷。此次暂停收费的泊位共计300余个,恢复收费时间将另行通知。

延伸阅读 株洲智轨一期

株洲市智能轨道交通系统一期工程,已于8月20日正式启动建设,计划10月底前完成湖南工业大学至株洲火车站段建设,年底前完成新华桥至向阳广场段建设,分段分时投入使用。

株洲市智能轨道交通系统一期工

程包括三段,全长约14公里,共设站19座。其中市体育中心至神农大剧院的3公里体验线已建成。本次将建设湖南工大至株洲火车站和新华桥至向阳广场站两段,长约11公里,沿线车站采用路口错位式站台15座,投资约6.7亿元。

株洲市直播电商联盟成立 要打造中国直播经济新高地

本报讯(记者 伍靖雯 通讯员 何好俊) 拥抱直播风口,9月8日,株洲市直播电商联盟成立,将发挥株洲服饰、陶瓷、农副产品等产业优势,打造一流的网红产品供应链体系,聚集一批头部直播机构、电商企业、MCN机构、直播网红等,整合行业资源,促进直播电商行业高质量发展。

衣哥、火龙果视频等已入驻

今年上半年,我市网络零售额达68亿元,其中直播零售增长迅猛,仅1至5月份,我市商家在抖音、快手、淘宝直播等完成网络零售额18.3亿元,占网络零售额的三分之一。

直播,带动本地消费快速回暖,但在产品质量监管、售后服务保障等方面,仍然存在监管空白,亟待完善。

直播电商联盟顺势成立。该联盟由市商务和粮食局、市委网信办牵头协调指导,株洲日报社、株洲市新媒体中心携手各电商平台、MCN机构、株洲头部网红等共同组建。目前,直播联盟已有衣哥、株洲新闻网、火龙果视频、世纪百歌等抖音直播平台入驻。

将株洲打造成中国直播经济新高地

据悉,该联盟依托我市产业优势,建立了服饰、陶瓷、农副产品、工业品、小商品等5个直播电商示范产业带,包括芦淞服饰市场、醴陵陶瓷、供销社、南大门小商品市场、北汽株洲基地等重点龙头企业。

另悉,目前,市商务和粮食局正联手株洲日报社,全力推进中国(株洲)直播经济高地“11511”行动计划,除了创建1个直播电商产业联盟,打造一批直播电商示范基地,构建5个直播电商示范产业带(服饰、陶瓷、农副产品、工业品、小商品),还将孵化100个网红品牌(企业名牌、产地品牌、产品品牌、新品等)、培训10000名直播带货主播,将株洲打造成为中国直播经济新高地。

《信条》成为诺兰最受争议的一部大片。自9月4日上映5天以来,《信条》一直屈居于已经上映三周的《八佰》,未能夺得单日票房冠军。口碑也一路下滑,豆瓣评分从最初的8.4分下降至7.9分,成为诺兰少数不上8分的作品。

诺兰的作品一向被贴上“烧脑”的标签,看一次是没法完全搞懂的——这已经成为所有观众的共识。只是《信条》出来之后,越来越多观众开始思考:到底是电影真的很难懂,还是诺兰故意让你看不懂?

1 票房 首周表现不敌《八佰》

9月4日上映首日,《信条》收获综合票房5699.67万元,仅次于已上映15天、斩获20亿元票房的热映大片《八佰》。而最关键的首周票房表现也未如预期:目前才刚刚突破2亿元。

受口碑等因素影响,《信条》上映次日的排片比便开始下滑,上座率也在《八佰》之下。目前,猫眼票房专业版给出票房预测为4.57亿元,估计难以达到前作《星际穿越》突破8亿元的优秀票房成绩。

前有《八佰》,后有迪士尼电影《花木兰》,后者将于9月11日登陆中国内地院

线,预计将对《信条》的排片造成冲击。至于北美方面,《花木兰》选择不上院线,进行网络流媒体放映,这对《信条》而言是个好消息。《信条》于9月3日在北美上映,目前收获2020万美元的票房,创下自2006年《致命魔术》以来诺兰作品的开映票房新低。

不过,基于疫情的巨大影响,只有65%的美国影院逐渐复工,其中市场规模最大的纽约与洛杉矶仍未开放影院。《信条》如今仍位居美国国内票房首位,对北美票市的复苏起到一定的提振作用。目前《信条》全球票房已达近1.5亿美元,与制作成本2.25亿美元还有一定差距;据业内人士估计,本片需要在全球范围内收获4亿美元才可达到收支平衡。

3 画面 《信条》的视觉效果比较平实

这部新作甚至连画面都不如以往吸引了。《信条》在视觉上也下了不少工夫:电影中呈现了一个正向和逆向同时存在的世界,并分别以红蓝色调来区分正向空间和逆向空间;动作戏也别具匠心,在拍摄逆向空间时,“实拍狂魔”诺兰并没有采取正拍倒放的方式,而是要求演员直接表演出倒放效果。但总体而言,《信条》的视觉效果仍比较平实,缺少《星际穿越》的“时间实体”、《盗梦空间》的折叠都市等炫目的视觉奇观。

2 评价 看《信条》的过程“倍感折磨”

有趣的是,不少观众不约而同地把《信条》比喻为一场“考试”,有观众评价:“《盗梦空间》像全市统考,《信条》像奥数竞赛”。

《信条》,你看懂了吗?

派是发生在同一时间的事吗?……由于最基本的核心概念都显得模糊不清,因此对大部分普通观众而言,观看《信条》的体验显得混乱而疲惫。

有影迷认为诺兰这在故弄玄虚,将简单问题复杂化,甚至连时间逆转而产生的逻辑问题都没有触及,只是一味地将“时间逆转”当成一种工具。有网友评价:“与其说‘烧脑’,其实是‘绕脑’,把概念、情节线索强行复杂化却又一直在表层兜圈子,最终出来的效果就是异常割裂式、景观运动表象式的呈现。”

4 剧情 诺兰为了炫技牺牲了故事和人物

“工具人”也是目前《信条》评价的高频词:“诺兰为了炫技牺牲了故事和人物,观影体验非常差。老套的拯救世界的故事,但没有一个角色有足够的驱动力,都只是在模板化地跑剧情。”

实际上,剥离晦涩难懂的科学概念,《信条》的故事并不复杂,甚至还沿袭了《007》系列等特工电影的套路:炫目的异国风光——电影跑遍三大洲的七个不同国家,从英国、美国、东欧、南欧、印度再到北欧;心理变态的大反派——俄罗斯能源大亨萨托身患重病,却要全人类给他陪葬;毫无前因后果的感情戏——男主角突然之间对萨托的妻子凯特产生异样的情愫。

《信条》中的每个角色都在按部就班地完成自己的任务,好让剧情推进下去,一些设定就显得颇为不合理。为了让大boss萨托的妻子凯特倒戈,电影花了不少篇幅描写萨托与凯特的矛盾,却显得非常生硬。萨托明明是个凭一己之力就可以毁灭整个世界的大boss,他与凯特之间的矛盾却几近鸡毛蒜皮;他抓住了凯特卖假画的证据,以此要挟不让她离婚(不然凯特就要去坐牢),也不愿把孩子的抚养权给她。有观众吐槽:“最终大boss竟然还得跟老婆争夺孩子抚养权,我仿佛在看国产家庭剧。”

更失衡的是,男主角与搭档尼尔之间跨越时空的友情本应成为电影情感主线,两人的对手戏却并不多。结局中尼尔身份曝光的一幕本应成为影片的情感高潮,现在看来却显得突兀。

链接 诺兰的“时空三部曲”

与《信条》并称“时空三部曲”的《盗梦空间》和《星际穿越》,分别位居豆瓣TOP250的第九和第十二位。

2010年首映的《盗梦空间》收获了4.62亿元票房,是2010年内内地电影票房总排行的第五位,豆瓣评分9.3分。该片同样以新奇的电影结构让观众高呼“烧脑”,但其程度远不及今日《信条》的“全民”看不懂。

《星际穿越》豆瓣评分同为9.3分。这是诺兰在国内票房

表现最优秀的影片,2014年首映时收获了7.55亿元票房,上映之初与《信条》表现不相上下,但在后续上映中越战越勇。此外,该片在今年国内重映中也获得1.21亿元票房的好成绩。

诺兰上一部在中国内地上映的作品是《敦刻尔克》。虽并非诺兰一贯擅长的科幻类型电影,但也获得了3.39亿元票房,在引进公映的战争片中名列前茅。在三年前公映时获得多数好评,豆瓣评分稳居8分以上。(据羊城晚报)

