

中国黄酒的国际化企图

□ 阎睿悦

2019年4月起,黄酒正式施行新国标。相比2008年版的老国标,新国标在调整黄酒的英文名的同时,还对一些术语、技术要求、检验规则作出了调整。

具体而言,新国标将黄酒的英译名从“Chinese rice wine”正式改为黄酒的拼音“Huangjiu”。官方解释原来的英译名指“用稻米做的发酵酒”,但在实行过程中,出现了很多外国人理解的情况,因此,新版国家标准便直接将其改为黄酒的拼音“Huangjiu”。

新国标也对酒龄标注进行了修改,取消了“所标注酒龄的基酒不低于50%”的要求。传统黄酒的质量与所酿造年份的气候、粮食原料质

量等有着十分密切的关系,因此该要求的取消更有利于企业勾调出品质稳定、质量高的年份黄酒产品。

此外,新国标还修改了传统型黄酒、清爽型黄酒的术语和定义;增加了“原酒”、“勾调”、“抑制发酵”术语和定义;对部分技术要求、分析方法进行删除和增加;并修改了出厂检验项目,不合格项目分类等检验规则部分。目前,该标准规定了黄酒的术语和定义、产品分类、要求、试验方法、检验规则和标志、包装、运输、贮存,适用于黄酒的生产、检验和销售。

相较近年来增长快速的白酒和红酒产业,作为国内四大酒种、黄酒的表现却不

温不火。

据中国酒业协会副理事长刘秀华表示,2017年国内酒类规模以上企业实现销售9000亿,其中白酒5000多亿、啤酒1766亿,黄酒只有198亿,排名最末,只占2%,甚至不如当时刚兴起的保健酒(400亿)。可见黄酒产业发展的滞后。

2018年,纳入到国家统计局范畴的规模以上黄酒生产企业115家,它们累计完成销售收入167.45亿元,而白酒企业中只茅台一家,当年的营收就有736.39亿元。

黄酒产业滞涨,与其市场过于集中在江浙沪、消费群体偏中老年人、营销理念老套、模式固化,行业同质化

竞争都有关系。

当然,黄酒企业已在设法做出改变。2018年11月,黄酒产业首次举办中国(国际)黄酒产业博览会,被认为是黄酒产业企业集聚抱团发展的开始。这个博览会提出绍兴黄酒新规划,目标是到2025年,让黄酒及黄酒衍生产品、文化和旅游等相关产业产值突破1000亿元,把绍兴打造为与茅台镇、法国波尔多齐名的世界名酒产区,开始黄酒的国际化征程。

但目前黄酒的国际化水平较低。以黄酒龙头企业古越龙山为例,其财报显示,2018年古越龙山的国外销售额4585万,仅占主营业务收入2.70%。((《界面财经》))



凯文·费奇：漫威成功背后的男人

□ 德克



参加《复仇者联盟4》中国新闻发布会的凯文·费奇

“宅男”费奇的漫威“内战”

在钢漫威开始构建自己宇宙的这段时间,我们的娱乐市场迎来一次粉丝市场——也就是IP改编——的高峰。《权力的游戏》、《行尸走肉》一直在热门美剧榜上居高不下。电影院里最热门的电影,除了漫威就是哈利波特和蝙蝠侠,看起来这是一场宅男女们的胜利。

漫威被迪士尼收购后,凯文·费奇对漫威电影市场的敏锐感知得到了迪士尼高管的认可。迪士尼影业主席阿兰·霍恩曾说:“他有权力把我们看不懂的电影拍出来。在电影上映前,100个人里有几个知道‘奇异博士’和‘银河护卫队’?可能只有5个吧。”

2015年,《美国队长3:内战》筹拍,漫威的“内战”也一触即发。漫威影业最初隶属于漫威娱乐,漫威娱乐CEO佩尔穆特一贯主张低成本,但漫威影业的总裁凯文·费奇希望能够增加成本,让电影规模变大。双方矛盾的核心是小罗伯特·唐尼的戏份,如果戏份少,则成本低,如果要给他加戏,成本就会变高。

在这次内部斗争中,凯文·费奇获得了来自迪士尼的支持。在迪士尼的操作下,漫威影业于2015年8月独立,成为与漫威娱乐平级的子公司,未来的漫威电影就由凯文·费奇一个人说了算。

漫威影业logo的变化是这场漫威“内战”的表象之一。

按照凯文·费奇在过去采访中的说法,《复联4》是漫威电影宇宙第一阶段“无尽传奇”的高潮与尾声。在高潮落幕后,这位喜爱长篇系列电影的制片人,将把漫威宇宙的故事带到更远的地方。

在迪士尼以713亿美元收购福克斯以后,原本版权归属福克斯的“X战警”和“死侍”再度回到漫威手中。也就是说,这些人物很有可能会在漫威未来的电影中出现。

“这件事情到底意味着什么还有待观察,但总的来说,能把这些角色带回家感觉还是很好的,”费奇说。

((《三文娱》))

“我过去喜欢写日记,我会把我看过的电影都写下来,看的什么、什么时候看的、看了几遍都写上,我还会写他们的音响系统怎么样,我当时就是个呆子。”

在《复仇者联盟4》上映前夕,漫威影业负责人凯文·费奇接受了美国《综艺》杂志的专访。这个70年代出生、80年代长大的新泽西男孩爱看电影。他小时候看过Eddie Murphy的喜剧,也喜欢施瓦辛格的动作片,但真正让他情有独钟的,还是《夺宝奇兵》、《星球大战》和《星际迷航》这样的长篇电影。

“我喜欢长篇电影”,凯文·费奇说,“我想看到我喜爱的角色如何成长、改变。有时候我也会沮丧,每当有电影让我沮丧,我就会坐下来思考,我会怎么改编这个故事。我不会写剧本,但我会在大脑里构思。某种程度上讲,这和我现在干的事情差不多。”

“宅男”、“漫画迷”、“影迷”,这是费奇身边的人评价他时出现频率最高的词。作为斯坦·李之后,对漫威影响最大的人,他们俩有许多相似之处。

例如都喜欢奇幻作品,斯坦·李成长的年代只有杂志和小说,费奇成长的年代最流行的文化消费品则是电影。他们在漫威都不亲自撰写剧本,但都会为每部作品定下基调和大纲,使得每一部作品都留下了深深的个人烙印。他们都爱和粉丝交流,斯坦·李喜欢在杂志里回复读者来信,费奇则是直接出现在漫展上和粉丝面对面交流。当然,最重要的是他们都为漫威创造了一个宇宙。

从漫画到电影

漫威创造了“宇宙”这个概念。1939年《漫威神秘漫画》第7期,贝蒂对纳摩说,“霹雳火已经站在警察那一边了”——这段不经意的台词让纳摩和霹雳火这两个原本属于不同故事的角色产生了联系。没人知道这个创意究竟是谁的神来之笔,但毫无疑问,这一设定在斯坦·李手下被发扬光大,它就像一颗种子,在70年后再次焕发生机。

2008年,在《无敌浩克》结尾处,小罗伯特·唐尼饰演的钢铁侠再次登场,为“漫威电影宇宙”拉开了序幕。这次毫无疑问是凯文·费奇的想法,他在延续漫威的传统,也在打造一个属于自己的系列电影。

拍摄过四部漫威电影的导演乔·罗素评价凯文·费奇这一做法为“步步惊心”。“将不同电影的故事交织在一起,是一个非常容易引发混乱的想法。这个实验在每一步都有失败的可能性。如果有一两部电影不成功,整个系列就得全玩完。”

事实证明凯文·费奇制作的系列电影非常成功。漫威的21部电影带来了183.04亿美元(不算《复联4》)的票房收入,足以让他的东家迪士尼赚的盆满钵满。

“我们收购漫威时,对他们抱有很高期望,但凯文·费奇和漫威电影宇宙已经远远超过了我们的预期,”迪士尼集团CEO Bob Iger说,“他们定义了新时代的超级英雄,扩展了他们的相关性——为电影叙事设定了一个新标准。这种创意上的成功绝不是偶然;这是天赋、视野、热情和勇气的结晶——在漫威影业,这一切始于凯文·费奇。”



厦门首个5G电话拨通

4月27日上午,在会展中心厦门市5G联合创新实验室展位上,厦门移动成功拨出了厦门第一个5G语音和高清视频通话。在5G网络下,通话音质清楚、画质清晰。这标志着厦门正式跨入了5G时代。

据介绍,此次厦门市5G联合创新实验室在会展中心设立专门展区,目的是在厦门招商大会上展示5G新技术。

今年以来,厦门移动积极为5G建设提速,同时建立了厦门5G边缘计算特色实验室,与华为、诺基亚等通信设备厂家以及厦门大学、清华大学等高校强强联手,主动对接本地龙头企业和关键行业,发挥产学研联合优势,在交通、工业能源、海洋渔业、文娱教育等多领域开展5G应用示范。

目前,厦门联通正全力以赴开展5G网络建设,预计今年内实现5G网络预商用。同时,厦门电信表示,5G网络拟在今年下半年试商用。

厦门物流产业总收入比增12.19%

今年第一季度,厦门市物流产业完成产业总收入262亿元,比增12.19%,为千亿物流产业总收入今年再创新高打下基础。

在主要物流产业生产指标方面,厦门海、空、铁、公路、水路货运量总体保持平稳发展,“一带一路”成为物流产业发展主题。

比如,厦门港货物吞吐量5025.20万吨,同比增加1.87%;集装箱吞吐量269.31万标箱,同比增长8.08%,集装箱吞吐量继续保持全球前十五强,“丝路海运”品牌成为航运物流业发展新亮点。

除了“21世纪海上丝绸之路”建设持续发力,中欧班列也为“丝绸之路经济带”建设贡献新动能。数据显示,今年第一季度,中欧班列累计开行26列、总计2232标箱,货值0.99亿美元。厦门—欧洲(波兹南、汉堡、杜伊斯堡)、厦门—莫斯科、厦门—阿拉木图等班列运营正常。

厦门退税商店增至11家

境外人士到厦门游玩,能够购物的退税商店又增加了。经税务部门审核通过,厦门万象城所属的华润置地(厦门)房地产开发有限公司23日正式被授予“退税商店”的中英文牌匾。至此,我市境外旅客退税商店从原来的10家增加到11家。

税务部门的统计数据显示,2016年至2019年3月底,厦门市累计开具离境退税申请单811份,涉及境外旅客681人次,销售商品总金额1153万元人民币;其中在厦门离境并办理了退税的有544人次,退税额(不含手续费)114万元人民币。

从商品种类看,在厦门申请离境退税的物品主要为手表、箱包、服装、鞋、茶叶、化妆品、日用品、首饰、电子产品、陶瓷制品、太阳镜等。而从退税金额看,迄今为止,在厦门为境外旅客办理离境退税金额最多的商店是磐基酒店商场,累计已退税62万元人民币。