

(上接第5版)

◎ 视频平台不再“壕气” 展映也是收入来源



由于配额指标难拿、需要通过审查、院线上映需要投入不菲的宣发费用,很多批片公司把目光投向了新媒体市场。不买院线权利,只买新媒体版权,通过回来卖给国内各大视频平台赚取差价获利。

一位在视频平台负责版权收购工作的人士向记者科普了视频网站收购批片版权的相关事宜。据她介绍,自2004年中国出现第一家专业视频网站(乐视网)以来,视频网站经历了多轮整合,现在成为了批片版权收购的重要力量,但在发展的前期,视频网站其实是盗版播映的“重灾区”。

“2008年之前,如果网络服务提供商只提供空间服务并不制作网页内容,当被告侵权时,只要删除相关内容,就不会被视为侵权,所以用户上传或假

借用户名义上传的盗版影片很难被追责,再加上当时视频网站的收入主要依靠广告,基本没有用户付费观看,所以批片的新媒体版权根本卖不上价钱,也没人想买。”

2009年对视频网站来说是重要的一年。在政策层面,版权得到了进一步重视。当年4月,国家广电总局出台了《关于加强互联网视听内容管理的通知》,其中规定“未取得许可证的电影、电视剧、动画片、理论文献影视作品,一律不得在互联网上传播”,有关部门也加大了对与盗版影视作品互联网播映的打击力度。

在行业方面,各大视频网站的盈利模式开始从依靠广告收入向利用版权内容吸引用户付费观看转变,内容版权开始成为行业竞争的核心。2009年搜狐

视频牵头发起“反盗版联盟”,希望通过尊重知识产权规则,打击盗版,建立正版运营模式,各家视频网站也主动下架没有版权的影视作品,进入以资金换流量的版权争夺阶段。

转变直接体现在价格上,相关资料显示,2008年一部热门电影首播版权报价仅为10多万元,而到了2009年底,就涨到180万到200万。

一位从事发行工作多年的人士告诉记者:“中国观众的用户黏性并不高,不会因为看了多年爱奇艺就不看优酷或腾讯视频,他感兴趣的内容在哪,他就去哪,当时各大视频网站都在跑马圈地,尽可能丰富的版权库是大家一致追求的目标。”

上述人士还表示:“当时视频网站买批片版权(一般为VOD或者各类数字版权)是‘一锅端’式地买,很多片商就在国外买了版权回来再卖给各大平台,赚一笔差价。”

情况的再一次转变开始于2014年。在那年3月和9月,主管部门先后发布了《关于进一步完善网络剧、微电影等网络视听节目管理的补充通知》和《关于进一步落实网上境外影视剧管理有关规定的通知》。

其中要求互联网视听节目服务单位需要实行“先审后播”的管理制度为内容把关,所有网站的境外影视作品必须全片通过审核后才能播放,而已经购买版权的视频网站需暂时将相关内容下架,等候全片审核后才能获准上线。

自此,未在院线上映过的进口影片想要在视频平台上线,审查也成为了必备工序。

与此同时,随着行业格局的奠定,视频网站在购片上也趋于理性。在采访中多位从业者向记者表示,目前新媒体收片价格压得很低。“现在视频平台收片有一个评估体系,会先根据题材、类型、卡司等因素对影片进行评级,给出一个区间价格,然后根据是否上映,上映票房等因素再进行相应微调,给出的价格不会太高。”

除了卖给视频平台外,通过出售版权参与展映也是批片获取收入的渠道之一。

近年来,随着观众观影习惯的形成,各类影展也越来越受欢迎。目前,除了北京国际电影节、上海国际电影节、丝绸之路国际电影节、海南岛国际电影节、中国长春电影节、金鸡百花电影节等各级电影节开设展映单元外,还有以刚刚结束的亚洲影展为代表的配合外交活动进行的展映,以及以平遥国际影展为代表的民间展映。

一位参与过多年电影节展映工作的人士告诉记者,选片和版权洽谈是影展前期工作的重要组成部分,由于现在新媒体平台也需要审核通过才能上线,影展甚至可能成为部分批片和观众见面的唯一渠道。而目前影展选片的费用则“不同影片不一样,低到几百美元一场高到5000美元一场都有,如果影片收的价格合适,影展也是一笔不小的收入”。

◎ 从疯狂变理性 戛纳市场的中国印象

刚刚结束的戛纳电影节是全球最重要的国际电影交易市场之一,戛纳电影节的选片眼光也在中国市场得到过验证,在内地取得不错成绩的《小偷家族》、《何以为家》都是2018年戛纳电影节获奖影片。每年都会大量中国片商奔赴戛纳“淘宝”,戛纳电影节也见证了批片在中国市场的发展历程。

有了2010年《敢死队》大卖的先例,2011年,华狮娱乐负责人蒋燕鸣在戛纳电影节见证了中国买家的疯狂,他在社交平台上感叹道:“我觉得有的人疯了!在戛纳电影市场上,美国的一发行商告诉我‘中国的电影市场太好了,你们中国的一家公司就把我近20部影片打包买走了’。一家英国很有名的发行商见到我后,把我拉到一边说:‘去年底,你想要

的那部片子40万你没要,现在100万还有15家中国公司在竞价’。”

之后的几年时间,批片的中国市场版权价格成倍增长,几百万美元甚至千万美元级别的购片成本也以常态化。据相关媒体报道,在2016年的戛纳电影节上,爱奇艺拿下了9部主竞赛单元电影的VOD版权,柠檬影业共购入将近20部电影的大陆VOD版权及院线版权,华视网聚更是一口气买了71部海外影片数字版权。“不懂不问不差钱”成为当时外国片商对中国买家的主要印象。

据一位独立电影发行商介绍,前几年间一个主做批片业务的中国公司一年拿一两百部片子属于“常规操作”,“当时买片子很狂热,没有时间给你看剧本,有很多买家都是只看了预告片、故事梗概

甚至只看了卡司就要做决定,第一天谈好价,你想晚上回去考虑考虑,第二天一早就已经被人加价买走了。”

2018年,一位中国买家奔赴戛纳电影节,在达成一部片子的购买意向后,想去看看还有没有其他可以买成的影片,可是在他问及的几乎所有展位、任何国家,甚至是平常少人问津的中东国家影片,中国版权都已售罄。

低价买入优质影片的难度越来越大,与此同时,中国市场上的进口影片日渐增多,观众的欣赏眼光也日渐挑剔,进口片在院线市场的收益变得难以保证。

有人给记者算了一笔账:2018年一共有52个周末,共上映了122部批片,平均每个周末至少有两部批片,此外还有国产片和分账片,“经常出现的情况是,

周末市场上一共有十几部片子在映,有市场竞争力的是一部分账片,两部批片和两部国产片,其中排在第一的头部影片排片占比还超过30%,竞争太激烈了。”

有从业人员告诉记者,市场上已经出现打包200部批片卖2000万人民币的情况,“折合下来就是每部影片10万人民币,不到2万美元,不管怎么算肯定是亏本的。”

在此大背景下,2019年又有超过600名来自中国的电影企业代表来到戛纳,但今年中国片商们“明显冷静很多”。一位刚从戛纳回国的从业者表示:“受国内大环境的影响,今年大家在选片时更谨慎,得到关注的主要是正能量或现实主义影片。”

《足球梦 中国梦》北京首映



本报讯“我梦见防守过C罗……”“我梦见中国队进入世界杯决赛,比赛进入点球大战……”5月29日下午,由教育部任总监制,河南省教育厅、河南省体育局任监制,河南影视集团、海燕出版社、河南越山文化传播有限公司拍摄出品的校园足球系列电影科教片《足球梦 中国梦》首映仪式在教育部报告厅举行。教育部、全国校足协等国家相关单位的代表,各省、市、自治区校足协负责人,出品方河南影视集团、海燕出版社、河南越山文化传播有限公司等单位负责人,影片的编剧、导演、主创人员及全国各主流媒体记者近200人参加了本次首映活动。

首映式上,河南影视集团党委书记、董事长宗树洁介绍了影片拍摄、制作情况。据介绍,影片历时三年创作,为了能够充分展示足球运动的特点和魅力,从剧本创作、演员筛选到镜头构图、场面调度,再到视角把握和技术操作等各个环节,都反复斟酌,力求拍出最佳的画面效果。“影片秉承立德树人宗旨,通过展示足球历程、足球文化和竞技精神,以故事的形式讲述校园足球运动知识,寓教于乐、寓教于乐以青少年喜闻乐见的方式

和富有科教意义的作品内容,促进校园足球运动的普及与发展。我们希望,通过该系列电影科教片引导广大中小学生从小树立远大目标,在不断超越、不断挑战中培养进取精神和坚强品格,为成就中国足球梦想、建设体育强国发挥积极作用。”

《足球梦 中国梦》系列电影科教片的问世,旨在贯彻落实习近平总书记重要指示精神,把握足球作为发展体育运动、建设体育强国的重要任务,该系列电影科教片共6部,分别是:《奇幻的足球世界》、《足球是圆的》、《为什么进球的总是你》、《胜利方程式》、《抉择时刻》、《比赛日》。影片融科普性、知识性、观赏性、实用性于一体,内容涵盖我国足球发展历程、足球竞技精神、足球知识技能、校园足球基础设施建设等多个方面,是新时代具有权威性和影响力的校园足球视频教材,填补了我国校园足球科教影视的空白。

另悉,在为广大中小学生带来足球运动视觉盛宴的同时,出品方不忘回馈社会,将该系列电影科教片无偿捐赠给新疆、西藏、青海、甘肃、宁夏等边远贫困地区特色足球学校,使贫困地区的学童同期也能观看到该影片。(林莉丽)

“两岸电影创作:人才与市场”主题论坛在京举行

本报讯 近日,第十一届两岸电影展之“两岸电影创作:人才与市场”主题论坛在北京举行。本次论坛由中国电影基金会、北京电影学院、中国电影家协会、两岸电影交流委员会主办,北京电影学院中国电影学派研究部、中国文联电影艺术中心电影理论研究所承办。

中国电影基金会理事长张丕民、两岸电影交流委员会主任委员李行分别发表了致辞。张丕民结合当下两岸电影创作情况,对论坛的主题做出解读。他指出,“人才”是电影的核心竞争力,大陆和台湾同根同祖,希望两岸电影人齐心协力,共同拍好中华民族电影。李行回顾了两岸电影的交流历史,并强调了电影市场的重要性。他希望年轻一代电影人树立市场观念,在实现自身创作诉求的同时,共同推进两岸电影市场繁荣。

中国电影基金会副秘书长兼秘书长阎晓明,北京电影学院图书馆馆长、中国电影学派研究部常务副主任王海洲教授,中国文联电影艺术中心电影理论研究所所长、中国电影评论学会副秘书长王纯担任论坛主持人。

阎晓明首先介绍了与会嘉宾和论坛概况,并向各位嘉宾的到来表示欢迎。关于电影人才的培养,胡智锋教授提出:未来大陆电影市场的规划在不断扩大,未来的电影人才的培养要注重国际型、复合型、工匠型这三种类型。他建议在两岸电影论坛的框架下,再做更细致更深入的合作与研究。从大学生电影节,到顶尖电影人互动还有两岸人才培养的合作,都需要专项推进。

来自四川师范大学的谢建华教授在会前特意观看了本次电影展的所有作品,在电影创作方面他表示,两岸人民的情感是共通的,两岸电影在华语电影的格局下应该是合而不同的。两岸电影合作应该着眼于市场机械性操作的转变与美学的创造。故事层面应

该聚焦共通的生活经验,美学应该呈现从形散到神聚的过程,借助两岸人民的情感共识进行有效的调度。我们对中国电影创造出有温度的情感叙事抱有热切的期待。

电影《寒单》的导演黄朝亮曾多次参加两岸电影展,回顾这十年两岸电影人的交流他说:“我花了快10年时间在两岸电影交流的事情上,这么多年走过来很辛苦。我希望两岸电影人可以搭建起一个更专业更融合的平台,来促进两岸电影人的合作和发展。我希望我们后面的年轻人不用像我们走的那么辛苦。”

《狂徒》的导演洪子烜作为台湾新生代创作者参加了本次论坛。从台湾年轻人的角度出发他表示,台湾的创作者对于大陆可能没有那么熟悉。对于年轻创作者来讲虽然对大陆很多电影十分有兴趣,但是苦于找不到渠道加深了解。虽然现在台湾的学校已经开始引进相关的课程,但加深了解还需要时间。

与会嘉宾围绕两岸电影的当下创作与历史溯源,从人才、资金、政策、票房等方面审视了两岸电影的创作成就与交流缺憾。两岸电影人比较了两岸电影市场的规模,研究了台湾电影人才在大陆电影市场发展的历史和现状。最后,王海洲教授做了总结发言。

本次“两岸电影创作:人才与市场”主题论坛是第十一届两岸电影展之台湾电影展的特别版块。第十一届两岸电影展之台湾电影展于5月25日-5月31日在北京和承德两地举行,展映《狂徒》、《寒单》、《山的那一边》、《疯狂电视台》、《只有大海知道》、《小美》6部影片。这些影片的主要创作人员基本都参与了本次论坛,期望通过“展映+交流”的形式,切实提高台湾电影在大陆的影响力,并把两岸电影交流与合作推向深化。后续,大陆电影代表团还将赴台湾开展一系列交流活动。(姬政鹏)

《猪猪侠·不可思议的世界》发布猪猪侠全新升级形象

本报讯 猪猪侠作为经典动画IP,14年间陪伴了许多小朋友快乐成长,也成为了几代人童年记忆中最喜欢的动画形象之一。此次上映的《猪猪侠·不可思议的世界》更是诚意满满,制作团队为展现更加极致的视听效果,将电影中的世界观、画面、角色形象等都进行了全方位的升级,尤其是猪猪侠的形象,重新设计美化后的猪猪侠更加可爱,让家长和小朋友们都眼前一亮。

通过此次曝光的剧照,可以看到猪

猪侠的形象有了翻天覆地的变化,从外表可以看出升级后的猪猪侠体型更加圆润,眼睛有所放大,颜色变得鲜艳明亮,更加凸显了猪猪侠机智可爱的性格设定,如此萌萌的形象也被更多小朋友们接受和喜爱。

猪猪侠能有如此“整容”般的变化,全因咏声动漫一贯秉持的匠心精神,在第五部大电影中制作团队特地邀请国外专业制作班底加盟,他们在猪猪侠的形体比例、物理打光成像、色彩等方面

都进行了优化。在经过打磨人物、重塑造型后,猪猪侠的形象变得更加立体丰富,也更符合大众审美,这部《猪猪侠》大电影将为观众提供更舒适的观影体验,各种精彩引人入胜。

据悉,《猪猪侠·不可思议的世界》由广东咏声动漫股份有限公司、北京卓然影业有限公司出品,电影将于7月5日全国上映,英雄华丽归来,我们拭目以待,暑期不见不散。

(赵丽)



BRIGHTER THAN BRIGHTER

BRIGHTER THAN BRIGHTER

让明亮更明亮

全国统服热线 400-819-2199

各项目联系人 >>>

巨幕项目: 马女士 13911670010

光峰项目: 魏先生 18601261200

氙灯项目: 张先生 15810095168

维保项目: 冯先生 18001131625

放映机项目: 田先生 18611380686



翻新/清洁/改造

让明亮重新回归

600+

光引擎
翻新

2000+

激光
改造



Before



After

广告