

新厂牌、新内容、新营销， 阿里文娱电影内容战略升级

本报讯 第33届金鸡百花电影节近期在厦门召开,影视业人士围绕不断涌现的新内容和新趋势,积极展望未来。11月26日,在主题为“有点意思”的阿里文娱电影内容战略发布会上,阿里巴巴集团副总裁、阿里文娱电影业务负责人李捷分享了对行业的观察和思考。

“新类型、题材占据着市场的绝对头部,‘前所未见’将成为爆款标配;未来我们将力求实现内容多元、创作互通,打造出更多与‘我’和‘当下’紧密相关的优质作品,并让最好的故事和最好的渠道相互适配。”李捷表示。

发布会上,阿里文娱电影业务宣布推出全新的自制厂牌“可能制造”、对“锦橙/锦绣合制计划”和“薪火计划”进行2.0版升级,推出新片单,以及在宣发领域做全新布局。阿里文娱电影业务将通过一系列新内容、新厂牌、新营销,以更包容开放的姿态在电影内容领域发力,全面布局未来。

▶ 自制厂牌“可能制造”： 新·锐·有·趣

当天,阿里文娱电影旗下阿里影业发布了“可能制造”这个全新的自制厂牌,致力于讲述有时代性的年轻故事,拥抱和直面观众对于未来内容的需求。

未来,“可能制造”将以自制的形式,在创作方向上高度聚焦三大主题内容:当下青春、趣味人生、近未来科幻。“随着时代更迭,很多曾经的不可能变为了可能。这些新故事、新题材,也为内容行业带来了更多的思考。”阿里影业制片人、“可能制造”新厂牌负责人柳青伶说。她推介了“可能制造”的三部作品,分别对应三个主题:

由魏书钧执导的《野马分鬃》,讲述了一个大学毕业生步入社会前,与现实抗争的当代青春故事;黎志导演的《九

顶假发的女孩》,讲述一个被绝症宣判“死刑”的少女,决定在掉光头发前用九顶假发活出九种不同的灿烂人生;在张荣吉导演的《茉莉》中,一个不善言辞小女孩在父亲失踪后,和一个机器人走上了一条关于勇气和成长的冒险之旅。

“题材独特,视角年轻,有温度,有脑洞。如果简单用四个字概括厂牌特色,那就是:新·锐·有·趣。”在“可能制作”的新厂牌下,阿里影业共推出20余部自制影片,包括院线电影和网络电影,未来将继续与观众见面。

▶ “锦·合制计划”升级： 扩大头部效应

2018年11月,阿里影业推出了“锦橙合制计划”,宣布以主投/主宣发的方式与头部片方合作,5年内任在四大档期推出20部优质合制作品。两年后,这个合制片单不仅将逐步得到兑现,还进行了2.0版本的全面升级。

阿里影业内容开发制作中心负责人、锦橙合制负责人李路介绍,目前“锦橙合制计划”已上映的三部作品全部实现盈利,另有15部电影进入开发流程。

除了此前公布过,即将陆续上映的《拆弹专家2》、《刺杀小说家》、《哪吒重生》和《第一炉香》,片单上还包括《全民目击》、《外太空的莫扎特》、《阳光码头》、《捕鱼行动》、韩寒导演新作《白蛇》动画系列新作,以及街舞题材电影《昂德烈》等。

此外李路介绍,“锦橙合制计划”将得到全面升级,从此前以内容参与为主,升级为以内容输出为核心,从提供故事素材、寻找伙伴,到高比例投资、联合开发、联合制作,再到主宣发,全链路合制作品;在立足于四大档期的基础上,将影片上映拓展至情人节、清明、五一、七夕和中秋的五个中等档期,实现

头部内容的全覆盖。

在网络电影领域,“锦绣合制计划”也进行了2.0版本迭代。阿里文娱网络电影制作中心负责人、锦绣合制负责人芦洋表示,经过升级后,该合制计划将从开发阶段提供IP和开发素材,在制作层面与导演、头部主创进一步绑定,并提供平台数据、评估体系作为参考,以及深度营销的保障。

过去一年,阿里文娱电影旗下优酷网络电影通过对“怪兽制燥”厂牌的打造,已累计过亿的怪兽IP观影用户,成为全网首个实现类型品牌化的案例。目前,同样的厂牌方法论,正在应用到东北喜剧和军事战争等类型题材中去。芦洋表示,未来阿里文娱网络电影将围绕解压、新鲜等用户观影心理特质,做更多品牌化、精品化布局。

▶ 扶持青年影人： 薪火计划2.0聚焦“三好”

11月27日,阿里文娱“薪火计划”作品《日光之下》在全国公映,这部梁鸣导演作品近来在平遥、香港、澳门等各大国际电影节上包揽了众多奖项。面向青年电影人才的“薪火计划”,此刻也进行了全面升级。

阿里文娱“薪火计划”负责人李静平介绍说,2.0版本的“薪火计划”将发展出“三好”版块:

薪火好故事,将联合淘宝“故事商店”、阿里公益发起“励志青春”故事征集,挖掘追求梦想、励志奋斗、温暖人心的青春故事,发现每一种事业、每一段故事背后平凡而伟大的面孔;同时联合故事素材、寻找伙伴,到高比例投资、联合开发、联合制作,再到主宣发,全链路合制作品;在立足于四大档期的基础上,将影片上映拓展至情人节、清明、五一、七夕和中秋的五个中等档期,实现

薪火好项目,将继续与重点节展联

投单元和机构全面深入合作,为青年电影人的作品提供资源保障。

薪火好导演,为青年导演提供海外交流学习的机会,输送其作品到各大国际电影节;此外,“薪火计划”还将与生态合作伙伴新片场一起,发起命题短片征集,从中发现优秀青年创作人才。

▶ 新营销： 淘秀光影引领“直播+短视频营销”

在全面布局内容领域之外,阿里影业还在持续放大“内容+科技”的双重优势,逐渐打造完备一整套电影营销矩阵,在短视频、直播等新媒体渠道放大优质内容的影响力。

发布会首次盘点了阿里文娱电影营销矩阵:一个由“灯塔+淘秀光影+黑马营销+阿里生态宣发”的组合,覆盖了从数据洞察、策略输出,到新媒体曝光、下沉触达的营销全链路。其中,淘秀光影MCN营销机构,成为了此次发布中的亮点。

阿里影业灯塔整合营销平台总经理袁娟首次揭开了淘秀光影的面纱:在当下的主流营销渠道直播+短视频中,淘秀MCN双管齐下,目前可触达内容达人400+,自有粉丝2亿+,可触达粉丝10亿+,成为影视行业的一流MCN机构。淘秀光影正在和灯塔一起,打造国内最大的宣发矩阵。

以内容为先,以科技为底。阿里文娱电影以平台作为基础,通过五年来在用户洞察、数字化赋能方面的积累,目前已做好了全力投入影视内容领域的准备。此次发布全新的内容战略,也表明阿里文娱将以更优质的资源投入电影内容市场,以更前瞻式的布局,支持中国电影事业迈向未来。

(赵丽)

秦皇岛第二届残障人士电影周举行

本报讯 在“国际残疾人日”来临之际,11月27日-12月1日,中国·秦皇岛第二届残障人士电影周举行。本次电影周以“携手残障人士,共享一片蓝天”为主题,丰富群众精神文化生活,促进残疾人事业、电影产业不断向前发展,共同构建平等、参与、共享的社会环境。

第二届残障人士电影周坚持电影助残、文化惠民的理念,为群众献上丰富多彩的精神“大餐”。举办期间每天有2-3部优秀电影免费展映;举办多场主创见面会,让影迷朋友和电影人面对面交流;开展艺术家下乡、爱心助残活动;举办残障题材电影创作研讨会,以及蓝毯仪式、文艺节目与表彰结合的闭幕式等。(木木)



立足“金鸡”，共话演员表演力量

——第33届中国电影金鸡奖演员论坛《我和我的角色》举办

■文/柯诺 钧妍



演绎喜怒哀乐人生况味,传递初心不改中国故事。以银幕为径,演员在一个个不同的角色中,不断探索生命的真理,记录时代的更迭。11月28日,由电影频道《今日影评》与中国电影家协会联合主办的第33届中国电影金鸡奖演员论坛《我和我的角色》在福建厦门举行。

表演艺术家谢芳、奚美娟,本届金鸡奖最佳女主角提名演员大鹏、柳岩,青年演员关晓彤、陈学冬,制片人陈祉希和编剧史航等来到论坛现场,与电影频道主持人瑶淼一起,共话演员表演力量。

▶ 不忘初心： 表演艺术家谢芳、奚美娟为 中国电影发声

“我和我的角色正起航”,演员、中国文联副主席奚美娟为论坛发表致辞,她表示:“演员职业和表演专业构成一个需要不断求进的特殊行业,每一代人所处的社会大环境的不同,其本质都会潜移默化地投射到艺术作品中来,角色身上的气象也逃不过每一个时代和社会大环境的影响,因此我也告诉自己一定要尽量保持一颗敏锐的心,不断提高自己的追求和自觉。”

著名表演艺术家谢芳现场分享了她在代表作《青春之歌》和《早春二月》中的表演感受,她认为演员要找到合适的剧本和角色,要始终保持一颗初心。谢芳也为中国电影发声:“让中国电影走向世界,让世界人民最爱看的就是中国电影!”引发现场掌声雷动。

▶ 圆桌论坛： 用专业眼光聚焦演员力量

演员能不能靠流量?演技类综艺是不是在消费演员?演员参加演技类综艺目的是否纯粹?演员能不能靠团队?本次论坛主要围绕“演员究竟靠什么”展开多个话题进行圆桌讨论。

谈到近期热播的演技类综艺,陈学冬称参加这类综艺存在风险,“这是一个综艺不是一个影视作品,我没有花费一年或几个月沉浸在一个角色,而是在两三个月的时间里面演五六个角色,我想让自己做好准备去迎接一个作品。”他表示自己更

喜欢生活类综艺,从生活中汲取表演经验和营养。

“我最坏的结局不就是输吗?还能失去什么呢?”柳岩则持有不同立场,她认为演员就应该抛下面子,放下顾虑参加演员综艺,在综艺节目中也可以得到成长和学习。柳岩劝说陈学冬和关晓彤参加演技类综艺并大胆直言:“演员类节目有很多笑话,因为它是比赛,也相当于曝光和宣传,难免演员会有各自的小心思,但你去过一次有经验了,就知道怎么治这种人,这就是人生百态,不要害怕”。

陈祉希从演员转型制片人,在她看来,不是所有演员都必须参加这类综艺节目,“有的演员带着学习目的去,想拔高演技,有的演员认为自己很有演技,需要一个展示自己的舞台,有人觉得自己不够红,可能在节目里就会带来负面影响。”选择关键在于演员各自的初心。

演员团队的好与坏往往会影响一个演员自职业生涯的表现。“团队专业交给他们,演技上台交给自己。”柳岩如此理解演员与团队之间的关系,大鹏也认为演员一定要靠团队帮助,“有些事可能成功,有些事可能失败,即使失败,我也不会怪工作人员,因为那是我们共同的决定。”

对于演员团队人员的选择,关晓彤说,在能力和喜欢两项标准之间,她会更倾向后者,“我和团队之间不是互相依附的关系,我希望我们共同成长,快乐工作。”

▶ 展望未来： 让演员成就更好的自己

论坛最后,演员们各自展望了职业未来和对作为演员的期许,制片人陈祉希也呼吁观众要给演员更多包容和鼓励,才能让演员在作品中呈现出更好的自己。

“从明年的一部文艺片开始”,关晓彤坦言,自己从来没有拍过文艺片,未来既想拍舒适圈里的作品,也想跳出圈来拍拍文艺片。陈学冬说:“过去我有很多迷茫的时期,不知道如何让自己做好演员,未来我就要做好演员,竭尽全力做这件事。”

“不要把表演想得太简单!”大鹏建议演员要学会提高自我修养,丰富内心的精神世界,“要做一个丰富的人,才能有丰富的角色体验!”

专访阿里巴巴集团副总裁、阿里文娱电影业务负责人李捷： 院网协同助力薪火传承

第33届金鸡百花电影节期间,阿里文娱电影业务宣布推出全新的自制厂牌“可能制造”、对“锦橙/锦绣合制计划”和“薪火计划”进行2.0版升级并推出新片单,以及宣布了宣发领域的全新布局。对此,本报记者专访了阿里巴巴集团副总裁、阿里文娱电影业务负责人李捷。关于厂牌,李捷表示,“我们想拍一些00后95后喜欢的电影,我们这个厂牌的定义是新·锐·有·趣。”

在当天发布的片单中,《野马分鬃》、《九顶假发的女孩》等都有一个共性,即年轻、题材独特。“我们对这类电影的尝试是希望建立和年轻用户的链接,同时这个厂牌不仅是一个内容厂牌,它还是一个有温度的品牌,在社交媒体和短视频、直播阵地都有‘可能制造’影子。包括我们这个T恤,我希望它更酷更好玩一点。”李捷说。

《中国电影报》:在扶持新导演方面,阿里影业一直走在前列,可以介绍“薪火计划”在新人方面的举措?

李捷:薪火计划年轻导演,我们也是为数不多会把院线和网络年轻导演放在一起的公司,我们在这次发布会上比较明确的讲出来院线和网络只是一个电影发行方式的區別,不存在行业的区别,我不认为它是两个行业,他们都是电影,他们承载了不同内容的调性,满足了不同用户的需求。所以在年轻导演这块,原来的薪火计划是将阿里影业的A计划和优酷的年轻导演计划合并,之后,它的效能发挥更好。未来



我们对年轻导演,包括整个新导演的计划,扩展到了对人、对故事的项目,原来是导演计划,而现在的薪火计划则升级扩展到好的故事。整个行业稀缺的其实是人和故事。

我们也提两个观点,“当下与我有关系”的青春故事,以及未来相关的故事。

阿里会继续参加金鸡、上海、北京,包括FIRST,包括中国科幻大会的所有创投单元。同时,原来导演计划中,除了资助导演帮助导演拍长片外,我们还增加了另一个重要的方面,发现导演。薪火计划将更丰富更立体更多元化,薪火计划不再只是简单的投资计划和创投单元计划,而是要从故事和项目人才角度全面出发。

《中国电影报》:电影投资回报的风险大周期长,阿里是一个科技公司怎么

去对抗电影的不确定性?影业在内容方面,将会有哪些计划和举措?

李捷:我们这次财报是最好的回答,这次刚发了上半年财报,有三大特征,第一大特征是内容制作转为盈利,包括电影、剧集。第二虽然整个影院停摆,由于我们的灯塔和这样的数字化宣发业务,快速复制自己的能力,进入到剧集和综艺,降低了单一电影业务的风险。第三是我们的阿里鱼,就是衍生品业务。

这次财报,它的数字不是很亮眼,但是意义重大,因为它把阿里在寒冬期或者业务停摆期内容加科技的多元化能力展现出来了。

《中国电影报》:像很多新导演项目的回收是通过电影节以及国际发行来完成的,“可能制造”在这一块会有一些新的方式吗,还是传统的走电影节的路子?

李捷:“可能制造”不是“节展电影”计划。第二我觉得“可能制造”想创作可能性,就是中国电影的票房,所谓一个项目的回报不见得只有电影本身,当然也包括它的衍生、品牌授权等,我们假设说有一部很好的年轻电影,这个电影为什么不考虑拍的时候带有一些潮流的元素,带有一些流行文化,而这些潮流文化又可以带动一些消费品和品牌进来。所以在制造中我们会给导演带一些商业的方式,让它更有生命力。“可能制造”在我的心里是To C的品牌,锦系列是To B品牌,“可能制造”是

恒业影业厦门举办年度战略发布会 差异化片单展现多元发展蓝图

片单展现强大产业链的破圈延伸,引发期待。

在发布会的签约仪式环节,福建省委宣传部分管日常工作副部长许守尧在致辞中讲述了福建省的影视情怀,表示恒业的加入将为福建省树立更潮

流、最前沿的影视文化“大省”形象;中共厦门市委宣传部副部长唐向阳受厦门市委常委、宣传部长李辉跃的委托,发表了热情洋溢的致辞,以厦门“天然摄影棚”的优势作为切入点,展望厦门打造新时代中国电影产业发展新高地

的美好愿景,期待与恒业携手打造更多具有全国影响力的“厦门出品”影视精品。

恒业影业展示了2021年度最新项目片单,给出了12+2的“类型片电影为主路线,精品电视剧、网大及网剧侧重开发”的“组合拳”。并在现场集中发布了恒业片单“体育励志”、“军事战争”、“犯罪动作”、“灾难励志”、“爱情催泪”、“悬疑惊悚”、“现代剧情”的“七驾马车”,引发全场期待。(姬政鹏)

本报讯 11月26日,第33届中国电影金鸡奖期间,恒业影业在福建厦门举办了“持恒心·立恒业”2021年度主题战略发布会。恒业影业董事长陈辉宣布集团正式落户厦门思明区,未来将立足厦门进行系列“影视+”产业生态布局和建设,联手打造具有国际影响力的“厦门出品”影视精品。此举对于促进厦门影视文化全产业链发展具有重大意义。发布会上,恒业影业同步展开14个影视项目的精彩推介,多元差异