



影视产业正在成为投资者眼中的“新蓝海”。大量资本不断涌入,使影视创投的方法、模式和要素、平台都发生了新变化。对于具备“过硬”内容的电影项目来说,春天正在来临。



首个文化创意品牌评估报告发布

“文创产业要多注入人文指标”

本报记者 顾阳

由国家市场调查评估中心编制的《2014成都创意设计周品牌价值评估报告》日前在京发布。这是全国首个文化创意类的“博览会、设计周”品牌价值评估报告,对于我国文博展会、创意设计活动及文创产业规划的完善与提升,具有较高的借鉴意义。

国家市场调查评估中心专家委员会秘书长张合军介绍,文化创意产业的衡量不同于其他经济发展,也不同于具体的商业品牌价值,需要注入更多人文社会环境指标。

据悉,评估专家组在吸收国内外先进理念和分析技术的基础上,运用具有自主知识产权的品牌管理系统,设立了一、二、三级共141个评估指标,就政府主导能力、企业参与度、市场化运作能力和经济效益、实现创意设计周主题能力、外延文化影响力、媒体宣传影响力等方面的内容进行评估。评估结果显示,“成都创意设计周”综合指数为83.54。

数据显示,“成都创意设计周”吸引各类人士达500多万人,其规模已经达到或超过深圳、北京、西部文博会等五大国家级文博会。据统计,参加成都设计周的企业共投入5.2亿元,约相当于政府投入的10倍。整个活动总收入30.38亿元,2014年成都文化创意产业增加值约为520亿元,设计周的直接经济贡献率为5.9%左右。

“各类文化产业规划、政策和活动的实际效果如何,市场和消费者最具有发言权,国家市场调查评估中心对成都创意设计周进行评估的做法,具有重要意义。积极开展文化市场的科学评估调查,是一项开创性工作。”文化部党组成员、部长助理刘玉珠表示。

“强内容”项目受青睐

未来影视IP竞争将进一步推进IP质量的提升,这种趋势或将提升行业准入门槛,加速行业标准的形成

“这个故事我写了4年,相处了4年,一直把它当成一个习作,有空闲就从电脑文件夹里调出来修改。”青年导演杨子2014年凭借《喊·山》获得北京电影节创投项目的“最具商业潜力奖”,还入围了戛纳电影节举办的“中国新影人基金论坛”。而他当年参加路演准备并不充分,所用的PPT仅有6页,但“好故事都在脑子里。”如今,经过一年时间,《喊·山》已经拍摄完成,并计划于今年下半年上映。

“内容一直是稀缺资源,我们期望有越来越多的好作品出来。我们现在不到20个人,有一半的人在读剧本、小说。我自己从去年到现在看了将近100个剧本。”合一影业CEO朱辉龙说。

对于影视项目尤其是创投项目来说,内容为王是不变的“金律”,并由此延伸到产业链上的IP开发。

“内容产品尤其是网络内容产品需要一个独特的切入,进而成为一个IP。”万合天宜的CEO范钧表示,从电影到网剧,再到图书、到音乐,一切都是为了这个品牌服务的,每个环节都能为这个品牌加分。

未来影视IP竞争将进一步推进IP质量的提升,这种趋势或将提升行业准入门槛,加速行业标准的形成。

7家院团八下村镇

首届上海沪剧艺术节落幕

本报记者 沈则瑾

日前,首届上海沪剧艺术节送戏下乡,7家沪剧院团共上演了9台大戏,演出13场,8次深入基层村镇慰问演出,让上海沪剧之乡奉贤的乡亲们在家门口过足戏瘾。

沪剧,是上海最具代表性的本土剧种。一直以来,它随着上海的现代化进程,传递着“上海的声音”。上海的地域文化孕育了沪剧艺术,基层群众对沪剧的热爱推动了沪剧的繁荣发展,造就了一代又一代艺术家。

“沪剧回娘家”是沪剧艺术家和喜爱沪剧的观众血脉相连的纽带。1982年,由著名沪剧表演艺术家丁是娥倡导,石筱英、邵滨孙、王雅琴等沪剧老艺术家共同发起的“沪剧回娘家”活动曾持续举办10年。每逢新年,老中青三代沪剧名家都会深入上海市郊村镇为观众演出,至今仍为观众津津乐道。

今年,“沪剧回娘家”活动扩展提升为上海沪剧艺术节,落户上海奉贤区。上海各沪剧院团送戏下乡,重现沪剧文化繁荣景象。上海沪剧院院长、沪剧艺术家茅善玉说:“只有扎根于广大的群众之中,沪剧才能更好地润泽观众的心灵,筑牢沪剧传承基础,不断推动艺术创新。”

在首届上海沪剧艺术节上,各沪剧院团的大戏全部坚持公益演出,以10元或20元的低票价售票,受到热烈欢迎。为了“文化活动接地气”和“文化惠民”,沪剧艺术节还组织了由沪剧名家、百姓“明星”共同组成的沪剧小分队深入基层,到各镇社区、企业、敬老院等地,让更多乡亲在家门口就能看到专业的沪剧演出。



日前,在北京门头沟区斋堂镇柏峪村,国家大剧院管弦乐团为村民进行公益演出。国家大剧院管弦乐团开展了五月音乐节“走出剧院”活动。此次活动持续一个月,将为学校、社区、县区村落等地带来20余场公益演出活动。 本报记者 赵晶摄

中华茶道文化公益基金启动

本报讯 记者李亮报道:日前,由中国农业电影电视协会、中国网微电影频道主办,百年万鸿记茶业艺术中心、深圳前海金万鸿基金管理公司承办的“中华茶道文化公益基金启动仪式暨陈年普洱老茶公益拍卖品鉴会”新闻发布会在北京举行。

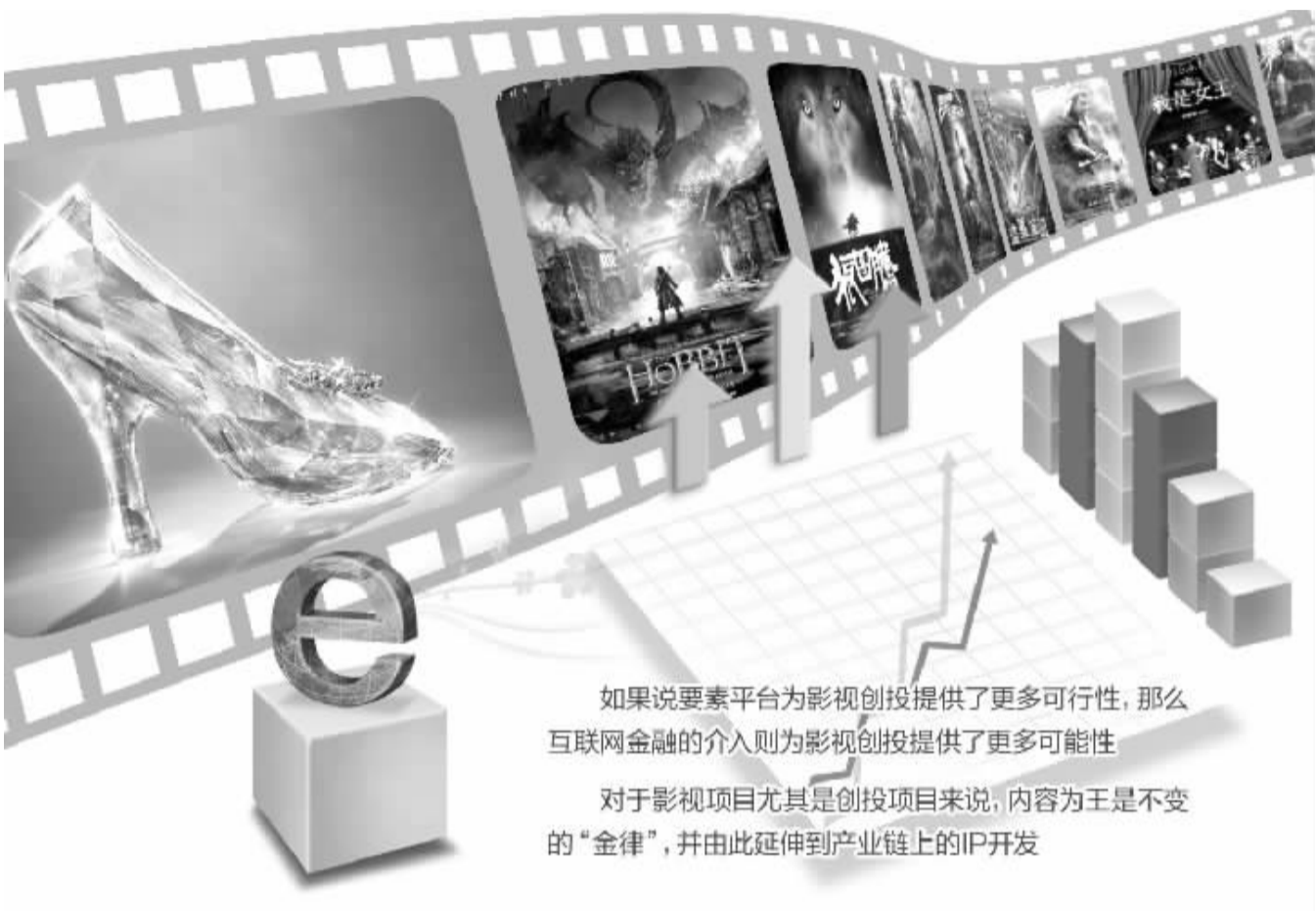
本次活动中,由承办方提供的陈年普洱老茶品种高达50余种。本次拍卖部分款项将以成立公益基金的方式捐献,承办方将拿出10%的拍卖所得,主要用于中华茶道研究、茶资源生态保护等。

本版编辑 梁剑箫

传统的电影项目通过互联网金融等方式有了新的融资渠道——

影视创投:故事好,才有钱

本报记者 金晶



如果说要素平台为影视创投提供了更多可行性,那么互联网金融的介入则为影视创投提供了更多可能性
对于影视项目尤其是创投项目来说,内容为王是不变的“金律”,并由此延伸到产业链上的IP开发

平台化“解构”传统要素

通过项目甄选、培训、路演、评奖、奖励、洽商融资、国际推广等环节,创投平台的资源聚集作用和项目孵化作用逐渐凸显

“目前,关于这个项目,你谈的都是包装,我想知道故事内容到底是怎样的?”万达影业副总经理兼开发中心总经理邝文伟问。

“这个故事听起来很有趣,但你觉得那个故事中能爆发真情实感的点在哪里?”著名导演王小帅问。

“对于一个故事来说,最重要的是最后30分钟。看电影如同乘坐过山车,倘若一部影片的最后没有观众期待的高潮,那么这部影片就是失败的。如果故事里面没有我没看过的、新的东西,为什么要投资这部电影呢?”美国鲁迪摩根集团总裁安德鲁·摩根问。

真刀实枪,真题实问。在今年4月份第五届北京国际电影节·电影市场“项目创投”活动上,一个个入围的电影项目正在进行路演。台上的导演、编剧、制片人认真回答着各位评委的犀利提问。

此次入围终评的10个影片项目,是

从400多个报名项目中筛选得来,题材丰富多样,有讲述一位罹患阿兹海默症的父亲和儿子之间荒诞离奇故事的《人间蒸发》,有描述虚拟游戏世界带有悬念和神奇色彩探险故事的《传送点》,还有围绕一群中国导演参加在东京举办的独立电影节展开的《方便面爱情》等。而它们运作所需要的资源,除资金外,还包括制片、后期制作、宣传发行等电影投拍要素。这些对于电影创作者,尤其是青年导演来说,都可能是创作的瓶颈环节。

“我们做的,不止是项目甄选、亮相和介绍,还包括培训、路演、评奖、奖励、洽商融资、国际推广等。创投平台的资源聚集作用和项目孵化作用逐渐显露出来。”北京国际电影节电影市场部部长陈彩云告诉记者。

在继续关注“电影外景地”与“后期技术与制作”两大电影要素的同时,电影市场还以版权交易为基础,围绕“制片中心制”,将制片需求与电影产业链各个要素点上提供的产品和服务充分对接,以此来满足国内外电影产业在剧本开发、项目合作、电影拍摄、后期制作、影片发行、版权交易、衍生及授权等不同环节上的多样化需求。

“青年导演是中国电影产业发展的未来,北京创投希望能在发掘扶植创作新人方面做得更多。”陈彩云说。

互联网“试水”影视融资

在未来三到五年里,电影产业链要从各个方面对接互联网。不过,对于影视投资项目尤其是创投项目,操作仍需谨慎

如果说要素平台为影视创投提供了更多可行性,那么互联网金融的介入则为影视创投提供了更多可能。

过去,银行贷款曾是影视融资的主要方式,而随着近年来电影市场的渐渐繁荣,娱乐宝、电影众筹等更多丰富的融资方式纷纷“牵手”影视圈,为影视投资带来一波“新浪潮”。

阿里娱乐宝、京东影视剧众筹、百度百发有戏……互联网影视投资产品相继入场,百花齐放,也让影视投资人群的范围从专业机构扩大到普通投资人。

“互联网金融在未来影视金融体系里面会占据非常重要的位置。”优酷土豆旗下的合一影业总裁刘开珞表示。中国文化产业投资基金管理有限公司副总裁钟文明也表示,在未来三到五年里,电影产业链要从各个方面对接互联网。

其实,不少互联网金融企业已经开始耕耘。去年7月,P2P平台“爱钱帮”宣布推出P2P产品“娱乐帮”,用户只需投入100元即可成为电影投资人,

互联网“撬开”电影生态链

本报记者 陈静

●手握渠道和流量的互联网公司则进入了电影投资领域,已成为中国电影投资的重要力量

●对于互联网企业来说,下一步计划是打通电影制作环节,真正站在产业链上游

●包括大数据、众筹等多种新技术和新手段,都将在用户研究、资金筹集等方面影响电影制作环节

票团购总成交额已达61.7亿元,约占全国电影票房20.8%的市场份额。团800则表示,今年1月至2月,电影票等娱乐类团购成交额为29.7亿元,占据16.88%的市场份额。

此后,腰包鼓鼓、手握渠道和流量的互联网公司则进入了电影投资领域,包括优酷土豆旗下的合一影业、乐视旗下的乐视影业和爱奇艺旗下的爱奇艺影业等都已成为中国电影投资的重要力量。来自优酷土豆的数据显示,过去两年间,优酷土豆电影营销的影片达88部之多,票房总额超280亿元,已成为电影营销第一平台。联合出品方面,合一影业成绩斐然,仅2014年就参与联合出品《后会无期》、《闺蜜》、《黄金时代》等十余部热门影片,累计票房超30亿

元。阿里巴巴集团数字娱乐事业群总裁刘春宁则介绍说,娱乐宝2014年累计投资12部大电影,总投资额达3.3亿多元,仅在贺岁档期间就有4部娱乐宝投资电影上映,并取得超过18亿元的票房成绩。

不过,互联网企业们有更深远的战略思考。对于它们来说,下一步的计划是打通电影制作环节,真正站在产业链上游。

在不久前结束的香港电影节上,香港导演王晶宣布与爱奇艺影业合作。王晶坦言:“上院线的电影面临巨大的票房压力,这让一些题材新颖独特的电影失去了生存空间,但互联网观众群体更年轻、接受度更宽广,互联网公司参与电影制作,意味着大电影从一开始就可以

做好在网络和院线同步上映的准备。”

此外,包括大数据、众筹等多种新技术和新手段,都将在用户研究、资金筹集等方面影响电影制作环节。众筹网副总裁路佳瑄表示,通过影视众筹,影视制作机构可以通过“粉丝经济”紧紧抓住观众的心,“比如可以将电影衍生品、探班、明星见面会等作为众筹的奖励,通过互动来提高受众参与的积极性,提高影片的知名度。”

对于手握内容的另一些互联网公司来说,涉足电影产业则是为了“盘活”另一条产业链:以版权内容为核心,多元化经营的“泛娱乐”战略。譬如,腾讯旗下阅文集团日前正式“亮相”。这个手握起点中文网、创世中文网等网络原创文学平台的数字出版集团,有着将其旗下网络作家猫腻、风凌天下的作品电影化的“新任务”。阅文集团CEO吴文辉表示,对于新的阅文来说,基于文本进行全产业链延伸的“泛娱乐”依然是集团的核心版权战略,并且随着平台放大而得到加强。集团将深入版权开发制作过程,以保证版权价值在出版、影视等各产业领域的充分开发,让“文学超越文学”。