

电影市场：一片“涨”声引资本“入戏”

明 慧

进入马年,国内电影业可谓是“马上有票房”:数据显示,1月31日至2月9日,全国电影票房达到18亿元,同比大幅增长八成以上,创造了春节档票房的新纪录。除了高企的票房数字外,放映场次和观影人次也大幅增长:数据显示,今年春节档放映场次80.2万场,同比增长54.8%;观影人次3890万人,同比增长一倍。

资本和利益很多时候难舍难分。屡创新高的票房吸引了一波又一波资本涌来:如小米科技日前将旗下社交应用米聊出售给关联公司北京瓦力网络科技有限公司,两个团队未来将组建“小米互娱”。小米互娱包含游戏、影视两大主干业务;西部最大的数字影视产业基地——西咸新区沣西新城2014年首批重点项目近日集中开工,总投资约51.3亿元。其中,西部数字影视产业基地项目建筑面积14万平方米,总投资10亿元,该项目预计年收益8.3亿元。

其实早在去年,私募、银行、地产商、VC(风险投资)/PE(私募股权投资)等各路人马就已疯狂进军电视电影投资,各类电影基金如同雨后春笋般层出不穷。据统计,截至2013年8月初,国内风投机构设立的影视基金共有25只,前7个月注入影视的资本金额远超2012年全年。

近年来,在中央将文化产业确定为支柱产业的背景下,我国电影票房以30%的增幅高速增长,而各类资本正在改变我国电影的格局,这些资本推动了电影产量逐年攀升,电影票房规模迅速增加,加剧了电影市场的快速拓展,成为推动中国电影发展的主要动力。

影视市场“涨”声一片

国产电影大卖之下,相关企业业绩实现大幅增长。华谊兄弟公告称,公司预计2013年净利润6.35亿元至6.84亿元,比上年同期增长160%至180%。公告显示,业绩同比上升的原因包括电影

《西游·降魔篇》、《狄仁杰之神都龙王》、《私人订制》取得较好的票房成绩等。华策影视则表示,预计公司2013年净利润达2.58亿元至3.01亿元,同比增长20%至40%,主要原因是公司投资拍摄的影视剧数量和规模均有所增加,相应的影视剧销售收入和净利润也不断增长。

近年来,国内电影市场呈快速增长态势。来自艺恩咨询的数据显示,2007年至2012年国内电影行业市场规模(包括国内票房收入、国内非票房收入、海外销售收入三部分)由60亿元增至210.3亿元,年复合增长率达31%,预计2013年中国电影市场收入将达到295亿元。其中国内电影票房成为了拉动中国电影市场增长的主要原动力。其收入在整个中国电影市场中的占比逐年提高,从2007年的56%增至2012年的81%,电影衍生品等非票房收入也水涨船高。

投中集团分析师万格认为,国内电影票房收入不断攀升,主要归因于近两年优秀影片的高票房拉动。那么,2014年的影视行业还能否继续“一马当先”?世纪证券分析认为,2014年国产电影将延续票房高增长。主要驱动因素包括:银幕数快速增长、团购等的发展导致票价上涨压力逐步减轻,票价更亲民、电影质量提高,更契合观众实际需求等。

资本投资影视业缘于三点

而国产电影的疯狂“逆袭”,正好是各路资本纷纷将目光聚集到该行业的主要原因。

15岁姑娘小彩旗在央视马年春晚上的惊艳表现“秒杀”了全国观众,深创投投资的小彩旗东家云南杨丽萍文化传播有限公司也由此引起市场关注。透过深创投投资云南杨丽萍文化传播有限公司的成功案例可以发现,深创投系的文化娱乐传媒版图悄然生成,并初

步形成了游戏动漫、视频网站、影视演艺等领域齐头并进的布局。尤其是影视投资频有大手笔,除了此前的乐视影业外,深创投今年1月刚完成对北京天工昇彩影视科技有限公司的投资,这家公司曾包揽华谊兄弟影业出品的几乎所有影片后期制作,比如《唐山大地震》、《狄仁杰之通天帝国》、《画皮2》、《中国合伙人》等。

一个有趣的现象是,部分行业外公司也正纷纷跨界影视业。近日,熊猫烟花宣称,拟购买东阳花海时代60%股权;北京旅游则表示,拟出资1.5亿元收购北京光景瑞星100%股权,高调进军影视行业;不盛新材拟2.2亿参股金英马影视,涉足影视业务。

业界人士表示,吸引资本进军影视业,票房和收视率的飙升只是其中一个因素,影视股在A股市场上的强劲表现是另外一个因素。统计发现,在2013年大盘整体低迷,沪指暂时收跌的情况下,华谊兄弟、乐视网、华策影视、光线传媒等几家上市公司则走出了一波独立的行情,其中前两股的2013年年内涨幅已超过了220%,后两股的涨幅也分别达到了191%和121%。

“分析一下就可以发现,以上4股2013年内都有叫座的电影,或者收视居前的电视剧上市。”国泰君安投资顾问张涛表示,公司股价和股值飙升让投资方的收益有了保障,而上市公司的走强,也给风投的并购退出开辟了新渠道。

投资界人士认为,有三大逻辑可支持影视投资:其一是银幕院线向全国铺开,国人观影习惯已形成;其二,观众形成了特定的观影口味;其三,国家明确了对文化产业的扶持。未来2000万元至5000万元的中小投资电影将是资本追逐的重点。

文化联姻金融并非“1+1”

作为人们关注的话题,影视业的一

举一动都被放在聚光灯下,许多人看到票房高涨带来的机会,他们手握巨资跃跃欲试。不过,这并不是一个谁都能赚钱的行业。

“电影行业风险还是比较大的,尤其是直接投资单部影片。”投资市场信息咨询机构——投中集团研究总监李玮栋表示,现在电影的制作费用日益增加,投资一部电影少则几百万元,多则上亿元。一旦上映后票房惨淡,电影作为无形商品又不能像实体企业一样变卖,最后投资者可能会血本无归。

中投研究所传媒分析师冷星星表示,我国电影的发行渠道也是一个稀缺资源。因为目前我国电影的收入主要是靠票房来支撑,如果一部电影不能进入院线放映,投资将化为泡影。再就是我国电影题材匮乏、剧情缺少创意等问题也比较明显。

“在国家文化产业政策和市场环境向好的大背景下,文化企业并购的动力仍然充足,但须警惕资本的浮躁。文化行业本身就需要更多的创意和艺术功底,资本的浮躁只会和文化的初衷越来越背离。”博大创投董事总经理曹海涛如此分析,值得注意的是,目前文化企业收购溢价高达十几倍甚至几十倍,但要求文化企业持续爆发式增长并不现实。无论是优秀的网络游戏还是出版作品、影视作品,尽管存在一定的爆发力,但快速增长的持续性大都难以维持。

业界人士认为,尽管文化产业面临巨大的发展机遇,投资电影貌似门槛不高,但必须谨慎理智,如果仅仅为追名逐利,制造出低级的影片,将会严重扰乱电影市场发展秩序,浪费珍贵资源,错误引导消费者的观影水平和思想。投资电影必须具备专业眼光,必须保留一颗做好电影的心,才能既活跃市场,又能满足现在观众日益增长的观影水平的需求,推动影视产业发展,名利兼收。



《兰亭》：不让艺术向商业妥协

本报记者 白 炜

人物的精神成长史,也走进了一个民族的觉醒史。不仅如此,影片主人公屡次提及的他们奋起抗争的原因是日本人“太欺负人”,让人“气不过”,这也是普通民众奋起抵抗日本侵略时生动真实的心理写照。透过影片有血有肉的情节和主人公悲剧性的命运,观众重温了民族的悲剧,触摸到了历史的温度。

“《兰亭》与众多抗日影视剧不同,可以说这是一部‘非典型抗战电影’,它没有宏大的战争场面、没有高大上的英雄人物,而是以小人物的视角去描写战争。但我尽了自己所有努力去接近历史真相,奉上一部诚意之作。”导演肖风这样表达自己的拍摄初衷。

不能让艺术向商业妥协

近两年国内电影市场红红火火,票房纪录不断被刷新。然而,有一定艺术个性、审美品格的国产电影获利却很难,这样的现状让钟情于艺术电影、有责任感的投资人和创作者们失望而却步,这也致使《兰亭》这样的艺术电影更加稀缺。

编剧程晓玲告诉记者,《兰亭》有三个不同的版本,其中有一个版本是被各路投资商们整合出的一个纯商业

的模式,剧本被改得面目全非。虽然几千万元的投资十分诱人,但那不是她要的电影。程晓玲说,电影不是纯粹的商品,它的大众性、通俗性决定了它肩负着传播主流价值的使命,如果让票房绑架了艺术,就会损失了观众对历史的正确认知,包括对战争、对人性深刻的反思。严重一些,可能直接影响了孩子们的价值观、世界观的树立。

放弃所谓的商业操作,甚至不允许《兰亭》中有老牌烟酒的广告植入,《兰亭》要做的就是还原历史,肖风导演也执守着第五代导演的艺术追求。影片用一年的拍摄时间表现出季节的更迭,尽收春夏秋冬的美景,用一腔热情传递出国破家亡之时,普通民众民族意识的觉醒。最终,杭州诗情画意文化传媒有限公司再次支持了《兰亭》主创的艺术选择。

对高片酬说不

长期以来,无论是电视台还是院线,购片人往往不先看作品,有的甚至不看作品,只问谁演的,有明星就收购,这也使得明星片酬居高不下。电影发行人刘树森表示,演员高片酬对制作成本造成了巨大的压力,很多作品大部分经

看奥斯卡电视直播的多为年轻观众

据美国《洛杉矶时报》报道,奥斯卡奖颁奖典礼电视观众年龄日益增长,年青一代已经不是主流观众。全球著名市场研究机构尼尔森公司的一项调查显示,美国电视观众的年龄中位数已由1992年的39.9岁上升到2013年的51.4岁,电视观众的主体已经不再是18岁到49岁的群体。相比在家看电视,年轻人更愿意通过手机、平板电脑等移动终端获取资讯,青少年则乐于泡在图片分享和社交网站上。对此,今年直播奥斯卡颁奖典礼的美国广播公司推出了针对一些移动运营商的移动终端直播业务,美国电影艺术与科学学院也宣布将在社交网站上设置奥斯卡页面,实时更新获奖信息。



评:尽管奥斯卡奖在形式上紧跟时代,并有所创新,但在很多观众看来,电影艺术与科学学院的评委们在影片评选上并未迎合年轻人的口味,获得最佳影片提名的诸如《内布拉斯加》和《菲洛梅娜》这类主题深沉的影片无疑会吓退不少年轻观众。

女性成影市消费主力

去年《北京遇上西雅图》、《小时代》等以女性视角讲述故事的电影的走红,似乎标志着华语电影进入“她”时代,今年“三八”妇女节档期依然被各家电影发行公司看好,从3月4日至3月7日,有8部新片上映,“三八”节档期的拥挤可见一斑。事实上,电影诞生的最初半个世纪,女性观众一直是电影市场的消费主力。电影作为一种强有力的塑造生活方式的大众媒介,最新款式的服装、化妆品等物品在各色影片中被作为时代特征加以强调,而关于女性生存状态的各种分析探索,也是电影人文思考的重要侧面之一。



评:电影界看好“三八”节档期有一定道理,统计数据显示,目前全国范围内买票看电影的观众中有73%是女性。她们往往在男女约会选择看片时更有决定权,女性电影作为一种强有力的塑造生活方式的大众媒介,融合了如今最新款式的服装、化妆品等,同时强调时尚潮流,以迎合女性观众的喜好。但女性题材的“她”电影并不一定能够在“三八”节档期胜出,毕竟这一档期只有一两天,不像春节档期的战线那么长,市场容量有限。

影视公司卖剧签“收视承诺”,大势所趋?

日前,在电视剧制播年会上,SMG尚世影业总经理苏晓透露,“现在很多电视台会要求影视公司签收视承诺。”近日,中国广播电视协会电视剧片委员会公开发表声明向有关部门申诉,反对“收视率承诺”的出现。年初的电视圈,一场凭“收视”定价钱的风波开始蔓延。电视剧片委员会在该份声明里透露,自今年开始,多家电视台实行电视剧播出与收视率挂钩的购片合同模式。据介绍,这个其实在圈里叫做收视对赌协议,很早就有了,只是近年出现得更频繁了。



评:对于这种“凭收视定价钱”的协议,制作公司的意见并不统一,制片委员会公开发声明向相关部门申诉,认为此举是把注意力放在收视率上,容易忽略电视剧本身的质量,而去迎合部分观众的收视趣味,将严重影响电视剧市场的良性发展。但也有些制作公司表示,能够理解这种情况的出现。不管愿不愿意,不少影视公司签“收视承诺”似乎已成为未来市场的趋势。

(素淡 整理点评)

第七届《综艺》年度节目评选揭晓

本报讯 (记者于帆)2月28日,由《综艺报》主办,CSM媒介研究独家提供数据支持的“第七届《综艺》年度节目评选盛典暨节目创新论坛”在北京举办,盛典表彰了2013年度做出卓越成绩的中国电视人和优秀电视节目。10余档电视节目榜上有名,其中湖南卫视的《爸爸去哪儿》不仅获得了年度节目,节目总导演谢涤葵还获得了年度制作人荣誉。

除了《爸爸去哪儿》成为此次节目评选的最大赢家之外,央视的《梦想星搭档》、《开讲啦》、《中国汉字听写大会》,河南卫视的《汉字英雄》、安徽卫视的《超级演说家》、东方卫视的《中国梦之声》、北京卫视的《最美和声》、浙江卫视的《中国梦想秀》等都获得年度节

《爱情公寓4》网络收视突破27亿

本报讯 (记者于帆)《爱情公寓4》首播已结束近一个月,但热度仍然高涨。2月28日,爱奇艺携《爱情公寓4》众主创在北京举行了“再见爱情公寓——《爱情公寓4》完美收官庆功会”,《爱情公寓4》主演孙艺洲、李金铭、李佳航出席了庆功活动。截止到当日,这部电视剧在爱奇艺PPS双平台的总播放量破27亿。

2014年开年,《爱情公寓4》获得了极高的关注度,爱奇艺PPS双平台的各项播放数据轻松超过此前的国内外电视剧网络播放纪录。剧中的各位主演

盛大文学获《为奴十二年》原著电子版权

本报讯 第86届奥斯卡颁奖典礼于美国当地时间3月2日晚在洛杉矶的杜比剧院举行。由所罗门·诺瑟普的自传小说《为奴十二年》改编成的美国历史剧情电影《为奴十二年》获得本届奥斯卡的“最佳影片奖”。据了解,盛大文学凭借专业的判断和丰富的行业经验,早已瞄准《为奴十二年》的市场潜力,抢先签下了该书中文版的电子版权。

电影《为奴十二年》同时也包揽了美国独立精神电影大奖的五座奖项,其中包括最具含金量的最佳影片大奖以及最佳剧本奖等。而原著小说一经上市便引起了美国社会的震动,在美国再

目。《茶,一片树叶的故事》获得年度纪录片,《晓说》获得年度网络自制节目,河北经视频道的《我为购物狂》、河南都市频道的《寻找新主播》、江西都市频道的《极限大直播——中外小轮车争夺赛》节目获得年度地面频道节目。

2013年,在电视剧整体疲软的市场环境下,“优化节目结构,丰富节目类型”成为中国电视媒体谋求创新的主要方向,以“公益·文化·原创”为主打特色的新节目陆续亮相荧屏。

业内人士分析,体制机制进步是节目质量不断提升的推手,而且电视媒体逐渐在以互联网的思维重新构建电视内容的游戏规则,并借力新媒体进行全媒体营销。

《爱情公寓4》的结尾给观众留下了不少悬念,在庆功会现场,粉丝们“求拍第五季”的呼声不断,而众主创对是否投拍第五季并未给出明确回应。

《爱情公寓4》的结尾给观众留下了不少悬念,在庆功会现场,粉丝们“求拍第五季”的呼声不断,而众主创对是否投拍第五季并未给出明确回应。谈到原著小说,盛大文学副总裁汪海英女士表示,“所罗门·诺瑟普的传奇经历造就了这本《为奴十二年》,该书更是近年来文学市场上不可多得的佳作,翻拍电影主创阵容强大,获此殊荣也是情理之中。”同时,她也透露,该书除在盛大文学旗下榕树下、红袖添香、小说阅读网等网站上上线外,同时也已授权手机阅读,希望能让更多用户在手机平台阅读这本奥斯卡最佳影片原著。(欣文)