

整肃 BT, 影视节目再无免费午餐

本报记者 翟 群 简 彪

这个岁末，对于长期以来习惯在 BT 网站下载影视节目的网民而言无疑是不舒服的。目前，“伊甸园”“BT 中国联盟”和“悠悠鸟”国内三大 BT 网站，已全部关停，一些以 BT 内容为主的影视论坛也纷纷在暗中筹划转型，逐步取消影视下载内容。

BT 全称 BitTorrent 协议，是一个基于互联网的文件传输协议，能够实现点对点的文件分享技术。任何一个用户都可以把视频做成种子储存在电脑里，通过 BT 软件就可以让其他用户下载，而且下载的人越多，速度越快。这一技术大量运用于视频的分享。而 BT 网站则是将所有 BT 用户信息进行有序整理的网站。

据流量监测机构 ALEXA 的数据显示，仅 BT 中国联盟一家网站的日均访问人数就达到 25 万。每晚睡觉之前打开电脑，在 BT 网站上找几部爱看的电影、热播的美剧或是港台综艺节目下载，第二天便可享受免费的高清影视大餐，这似乎已成了众多网民的一个生活规律。“没有 BT 怎么活？”一时间，“免费下载时代终结”成了热门话题。

对此，广电总局相关负责人表示，“我们对侵权盗版网站的查处工作将一直持续下去，明年还会进一步加大力度。”“长城证券分析师陈晨预测，BT 整顿只是第一步，对音乐、影视类运营网站的整肃还将进一步扩大。

整顿 BT, 为正版开路

实际上，广电总局、工业和信息化部于 2007 年 12 月联合下发的《互联网视听节目服务管理规定》(下称《规定》)中即明确要求：“提供视频服务的公司，必须取得《信息网络传播视听节目许可证》。”该规定自 2008 年 1 月 31 日实行，当年就有 43 家网站被关闭。今年 3 月，国家广播电影电视总局发出《广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知》称，未取得公映许可证及发行许可证的境内外电影、电视剧、动画片一律不得在互联网上传播。3 月 30 日，广电总局再次发布消息称，关闭 162 家视听节目网站。9 月，广电总局再次重申互联网视听节

影视人语

卡梅隆:《阿凡达》花了我四年时间

1997 年上映的《泰坦尼克号》让詹姆斯·卡梅隆跃上了“世界之王”的宝座，但这个被称为技术狂人、获 11 项奥斯卡奖的导演，却在其后的 12 年里鲜有力作问世。12 月 18 日其导演的科幻 3D 巨制《阿凡达》在全世界上映。日前有媒体记者电话采访了卡梅隆，他表示：“花 12 年精力制作一部影片其实是个误会，准确地讲我花了 4 年时间。首先我用了五六年时间做深海纪录片拍摄和 3D 技术实验，这期间我做了 4 部纪录片，其中两部完全用 3D 技术拍摄，目的就是完善 3D 摄影机技术。第二件事就是说电影院安装 3D 放映设备。这是个浩大的工程，需要花

陈可辛:监制比导演更重要

已于 12 月 18 日上映的影片《十月围城》的监制陈可辛在接受媒体采访时强调:“《十月围城》的经验让我觉得监制这个岗位对一个公司或者对一部电影来说更为重要，导演不一定要负起商业责任，但作为监制就必须承担这个责任。我一直想改掉内地热衷‘名导演’的习惯，站在商业角度来讲，我觉得这样很不专业、很不健康。其实，在好莱坞或者海外影坛，很少把导演当明星那样去盲目崇拜的。美国很多卖座大片的导演你可能听都没听说过。所以我希望建立起以监制为主导的制度，要让大家都知道，导演也好，制片也好，任何岗位都是服务商业电影的一分子。”

而对于《十月围城》的票房预期，陈可辛则表示，“我从来不预测票房。”但对于今年内地电影 60 亿票房的预测，陈可辛表示，“这

目服务必须持证进行。

这一系列举措的出台，都是出于对版权的考虑。广电总局有关负责人表示:“在网上公开、大量地侵权盗版传播影视剧等节目，严重损害了影视节目著作权人的权益，国际国内要求政府依法采取措施对这些网站予以查处的呼声非常强烈。”“只要被关停网站不解决侵权盗版、传播低俗色情节目等问题，就不可能重新开放。”而《规定》第十五条明确提出:“互联网视听节目服务单位应当遵守著作权法律、行政法规的规定，采取版权保护措施，保护著作权人的合法权益。”

对此有业内人士表示，BT 技术已没有前途，对于广告主而言，BT 网站的存在价值只有流量，而这个流量连业内人士自己都承认“大部分都是工业废水”，其广告价格甚至远远低于垃圾广告流量的市场价，影响了因用户数量居多而得到高速成长机会的网络视频产业。因此，可以预计广电总局的这一步将会是促进产业繁荣的第一步。

清华大学影视传播研究中心主任尹鸿认为，BT 下载在全世界都是受限制的，欧洲早已经不允许。中国已经成为世界上最容易找到盗版免费资源的国家之一，在这方面，国外对中国已经有些批评，网络视频规范迟早都要进行，且宜早不宜晚。

江苏省广播电视总台电视剧制作中心主任李路导演的电视连续剧《老大的幸福》已经被央视作为开年大戏的重点项目，网络播映权也刚刚卖出。谈起关停 BT 网站，李路很是感慨:“整顿这些网站不仅保护了影视版权方的权益，而且还逐渐规范了互联网视频这一新兴行业的发展。”他认为，互联网对影视节目的盗版、盗播等实际上损害了多方的利益，BT 下载更严重扰乱了市场秩序。

但网民们的反应显然没有这么冷静。网友 Sally 留言称，BT 下载已经成为观看海外影视剧和港台节目的重要渠道，这种一刀切的方式完全忽略了用户的需求和习惯。不过，也有网友乐观地表示，BT 这种模式虽然受到了打击，但还是会出现新的分享下载

费很多时间。我在最恰当的时间启动了《阿凡达》项目，现在全世界有几千块 3D 数字银幕了。”《泰坦尼克号》曾在创下 3.6 亿元人民币的高票房，一度无人能破。谈到《阿凡达》在中国的票房预期，卡梅隆相当自信:“我觉得《阿凡达》在全世界都能取得好成绩，首先它讲述了一个伟大的人类与地球的关系很像，现代文明过度侵蚀自然环境，中国、美国、欧洲都有类似的事情发生；其三，它是个非常感人的伟大爱情故事，《泰坦尼克号》就是因为爱情的力量在中国很成功，《阿凡达》也有机会取得更高票房。”

(资料来源:《新京报》)

软件和模式。

国外同样也存在 BT 被封的例子。2008 年年初，全球最知名的 BT 站点海盗湾和其运营人员被诉侵犯知识产权等相关罪行。2009 年年初，瑞典法院判处海盗湾四大创始人每人一年监禁，罚款 3000 万克朗。而海盗湾放弃了反诉，将按照法院判决在 2010 年 3 月 1 日前删除所有侵权种子。与之相应，荷兰著名 BT 网站 Mininova 也是官司败诉，并已经在 11 月底删除了所有的侵权种子。

谁来满足 BT 使用者的需求？

没有了可供免费下载的海外及港台影视和综艺节目，这个岁末你会去影院看被炒得沸沸扬扬的兩部电影《三枪拍案惊奇》和《风云Ⅱ》么？记者询问了一圈周围的朋友，大多数人的回答是:“《三枪拍案惊奇》的定位已经比较清楚了，对于此类小品式电影没有必要买票去电影院看；对《风云Ⅱ》虽然没有抱太高期望，但是毕竟有一些大场面、震撼性的视觉效果，花几十块钱看看也算值了。”

显然，在接触了海量的、多元化的影视节目之后，有限的几部国内热门影视剧已经完全满足不了人们的娱乐需求了。

BT 网站的关停让不少人将目光转向了在线视频网站。但有资深 BT 发烧友表示，短期内看看视频网站还可以，但无法满足长期需求。其中一个重要原因就是视频分享网站也与 BT 网站和专

影音空间

门压制视频的网站有着密切的联系。某影视字幕组的负责人袁茵介绍，一些 BT 网站相关联的字幕组、影片翻译工作室会为视频分

享网站供应其全年的海外影视剧翻译，视频分享网站上最新的美剧或者韩剧通常都由专业压制视频的 BT 网站内部人员上传，以便在第一时间获得翻译压缩好的片源。当然，视频网站会根据点击率和观看次数给予提供片源的网站相应的经济报酬。

另一方面，不少国内版权代理商如中凯公司在获悉广电总局的整治行动后对媒体表示，会投入更多的资金引进一些海外热门剧集。

华军软件园创始人华军则认为，BT 虽然正在消亡，但盗版视频不会消失，其他的下载形式也不会消失，这其中最关键的问题是正版影视的价格还是超过了普通消费者所能承受的心理范围。

最为直观的倒是盗版光碟的价格有所上涨。记者在北京华星影院周围询问后了解到，新碟出台后，不同类型的光碟价格均有 1 至 2 元的涨幅。

为版权付费, 你准备好了么？

从百度的免费下载音乐开始，中国不少网民已经习惯了听歌不花钱、看电影不花钱的生活。但随着国内版权环境的变化，人们的版权意识也在发生改变。

“既然不能免费下载，那么我可以付费，以表示我对知识产权的尊重，只要能够看到我想看

的。”BT 使用者陈新宇的话代表了一部分人的态度。也有网友认为，目前大量下载的大多是海外影视剧节目，这些节目在国内没有版权代理方，付费付给谁？所以关键还是要解决正版片源的问题。但“用惯了免费的，一毛都嫌贵”的也不乏其人。

有企业已经开始行动。12 月 10 日，搜狐网宣布拿下电视剧《大秦帝国》的首播权，早于传统电视台 8 天播放，而行业惯例是传统电视台首播。12 月 15 日，酷 6 网 CEO 李善友称购买正版视频将是酷 6 网的重点发展方向，酷 6 将花费超过两亿元现金购买正版高清内容，打造正版高清影视剧场。

为版权付费，对影视制作企业也是利好。陈晨认为，网站的盗版盗播对节目制作的源头伤害最深。在国外，BT 网站的倒掉，最大的受益者就是美国电影协会；在中国，最大的受益者将是影视公司。由于 BT 网站为观众“免费”观看无版权影视剧提供了便利，使得影视节目的互联网销售迟迟不能取得突破，也让中国的影视剧制作公司严重依赖票房和电视台。而对 BT 网站的打击能够为影视剧制作企业在互联网销售版权开辟新的渠道。

陈晨也从股市的角度为互联网视听网站的整顿做了一个展望：这些举措以保护版权为核心，将大大增强以版权开发为盈利渠道的整个文化传媒行业的市场信心，未来将有更多资金投入这一领域。



12 月 14 日，电影《十月围城》在北京举行首映新闻发布会，影片主演黎明、范冰冰、胡军、梁家辉等悉数亮相。《十月围城》于 12 月 18 日全国公映。图为李宇春、谢霆锋、周韵(从左至右)亮相《十月围城》首映新闻发布会。(新华社发)

国际买家青睐中国纪录片

新华社记者 黄浩苑 王 攀

在 2009 中国国际纪录片大会纪录片制作方案国际交流的现场，中国制片人成了国际买家竞相追逐的“香饽饽”。

连日来，台上陈述方案的中国制作人或导演刚一落座，就有许多发行商和买家主动围上前来与之洽谈。一些多年参与相关业务的人士表示，眼下的情形与几年前中国纪录片制作人拿着厚厚的资料围着买家转相比，可谓“天壤之别”。

事实上，业内认为，中国纪录片尝试与国际市场接轨的努力可以追溯到改革开放之初，30 多年间，从《丝绸之路》到《筑梦 2008》，中国纪录片已经初步完成了从“创风格”至“闯世界”的蜕变，迅速成长。

近年来，中国纪录片频频斩获国际纪录片大奖，取得了可喜的成绩。虽然在国际纪录片水平相比仍存在一定的距离，但国际影评人普遍认为:“中国纪录片的确是在进步中快速追赶世界水平。”

参加本届大会的国家地理杂

有话就说

在经济危机的大背景下，最近的好莱坞似乎有些乱：米高梅债台高筑，等待改弦易轶；时代华纳与 AOL 也从貌合神离走向了分道扬镳；梦工厂在合约期满后从派拉蒙转投了迪斯尼……

正如有的人天真地以金融危机为例，来证明西方世界和市场经济走入穷途末路一样，也有人想借此机会论证好莱坞也开始日落西山，连美国灾难大片《2012》也“识时务”地把拯救世界的希望，放到了中国的青藏高原。但是，历史的逻辑并非一种循环的宿命。生病的巨人仍然还具有巨人的潜力，正如中国人常说的那样，“瘦死的骆驼比马大”。一部《2012》，全球收获的票房就可能超过中国全年所有电影带来的总收入。

好莱坞的分分合合，其实都是市场规律在调节，是好莱坞公司们收益最大化的市场游戏。美国仍然是世界电影的超级大国。而这个超级大国的主力，就是目前这六家好莱坞大公司。六大公司支撑起来的美国电影帝国，仍然在全球创造着年收入 200 亿美元以上的票房和几乎与此相当的衍生品价值。而成长迅速的中国电影的全球票房仅仅只相当于美国电影票房的 3%。

所以，虽然有点动荡，但好莱坞仍然是罩在我们头上的沉重的五指山。好莱坞的地位之所以撼之不动，是因为它们拥有三种重型武器，他人难以匹敌：

第一，由明星、导演、类型、题材所构成的电影创意品牌。电影，不同于其他可以批量生产和复制的物质产品，每部电影在一定程度上都是唯一的，哪怕是重拍或者续集。因而，电影品牌来自于那些可以延伸和重复使用的高知名度、高满意度和高识别度的品牌元素。例如，明星、导演以及音乐家等，还包括可以被系列化的类型和题材。在这方面，好莱坞六大公司都有自己的当家明星、当家导演、当家题材和当家故事，正是这些品牌要素决定了，即便米高梅面临巨额债务危机，仍然有包括时代华纳在内的其他企业愿意接过这个烫手的山芋。

第二，由完整的投资、制片、发行链条构成的电影市场控制能力。好莱坞六大公司，都不仅仅是单纯的电影制作公司，它们都是具有投资能力和市场控制能力的发行公司。它们所拥有的资金使用空间、金融信用度、发行渠道，不仅能够保证自己制作的影片经济效益最大化，而且也能够将众多的独立制作公司纳入整体的产业格局和市场规划中，形成以大公司为中心、独立制片为补充的电影产业格局，既保证电影行业一定的竞争性，也维持整个行业的相对有序性，更不会出现中国这样饥饿不均的现象——由于缺乏具有投资能力和

发行渠道的大型发行公司的控制，中国市场上贺岁档期影片密布，而 3 至 4 月、10 至 11 月的电影市场却嗷嗷待哺。

第三，由跨媒介、跨行业集团支撑的大电影产业结构。电影的生命意经，早已超出了影院范围。电影是整个娱乐文化的发动机，它可以带动电视、音像、唱片、演艺、新媒体、游戏、广告、时尚产品、主题公园和其他各种衍生产品，甚至可以与汽车、旅游、电子产品等各种生活消费品之间产生密切的市场联系。而这种火车头功能实现，往往依赖于综合性传媒集团的资源共享和互补。也正因为如此，好莱坞的六大电影公司，几乎都属于跨媒介、跨行业、跨国的综合

性媒介集团，这样才能预置市场需求，减少交易成本，形成规模经济。而米高梅的危机，恰恰在于它未能真正与集团的资源达成共享共赢；而时代华纳与 AOL 的分家，却是因为它们在错误的时间用错误的方式选择了一个错误的结合。但是，横向和纵向产业整合，造就了好莱坞的恐龙身躯，也使得世界上其他国家的电影产业难以与其正面抗衡。

用这三点来衡量中国电影，我们就不难明白，拥有十几亿人口基础的中国电影为什么市场规模如此有限，中国电影的国际竞争力为什么如此弱小，中国的中小成本电影为什么投资难发行难盈利更难，中国的电影公司为什么总是雷声大雨点小，因为我们的电影企业规模太小、产业链条太短、消费资本太短缺、电影市场空间太局促。

具有影响力的创意品牌，拥有投资能力和发行渠道的市场领导力，市场配置基础上的集团化企业，对于高风险的电影行业来说，可以说就是三重保险。正因为有这些保险，负债累累的米高梅才可能僵而不死。而中国的电影公司由于缺乏这三类保险，甚至连负债的机会都没有。谁愿意将钱投给一个没有保险的高风险的“电影皮包公司”呢？

所以，对于中国的电影产业来说，打造创意品牌，形成市场领导力，完成跨媒介、跨行业、跨国的企业整合，应该说是一种必然的发展阶梯。华谊兄弟传媒股份有限公司通过打造创意品牌走出了第一步，进入了资本市场。但是，第二步、第三步，就不只需要资本市场的信任，更需要突破所有制、行政制、行业性的障碍，才能跨出去。从这个意义上说，所谓的“中莱坞”离好莱坞还有遥远的距离，甚至我们南边的宝莱坞，都可能成为我们的榜样。

在本届大会上，中国众多制作人和发行方仍然保持清醒的头脑，在他们看来，中国纪录片难言“成熟”，还处于成长阶段。导演李卓玉认为，不懂得如何讲故事仍然是中国纪录片的软肋，“我们剪出来的成片，外国人往往并不认可，但是在我们舍弃的素材中，外国人却能重新剪辑出一个具有冲击力的作品，这就是我们讲故事的差距。”

如何把握好通行的市场运作和推销模式，也是考验众多中国制片人的难点之一。上海电视台制片人韩蕾认为，除了讲故事的方式之外，中国纪录片在市场运作上与国际通行规则也存在一定差距。中国纪录片有市无价，缺少资金和播出的平台；我们的纪录片人也不会推销自己和作品，在技术上也存在一些缺陷。“这些都需要我们继续努力。”韩蕾说，“因为中国纪录片导演和制片人不仅担负着记录中国成长的使命，还有义务用越来越成熟的方式向世界传递中国的声音。”

尹 鸿