

《武林外传》文化全产业链拓展学术研讨会在京举行,专家学者研讨

一部电视剧引发的全产业链商业模式

本报记者 于帆

电视剧《武林外传》是由北京联盟传媒有限公司制作发行的80集章回体古装喜剧,2006年在央视8套首播,一举引发收视率高潮。随后,北京联盟传媒对该片进行了深度的文化产业衍生开发,创立出全新的“武林外传”全产业链商业模式。在当下中国文化产业欠缺较好商业模式的背景下,探讨这一商业模式的发展有着重要的作用,而专家学者对于《武林外传》个案成功经验的总结则对文化产业的全产业链开发模式有着启发性的意义。

从内容核心出发的全产业链开发

“公司是2002年成立的,”北京联盟影业投资有限公司董事长郝亚宁介绍说,“2005年我们拍了电视剧版的《武林外传》。这个剧集是作为整个品牌及产品衍生链的起点。”电视剧播出之后反响不错,郝亚宁做了一个调查,发现在世界范围内电视剧改编成网络游戏案例非常少。“当时我们认为文化产业效益最大的产品,不是传统意义上的玩具,而是网络游戏。所以我们做了《武林外传》的网络游戏。”郝亚宁说。

在这期间,北京联盟传媒又做了卡通片、动画片、漫画书、手机视频、话剧、川剧、动漫人偶戏,2010年又开始做web2.0的游戏,甚至还生产出相关毛绒玩具和文具以及邮票。到目前为止,《武林外传》共衍生出了24种产品。郝亚宁说:“我们做的《武林外传》的电影版,在去年526部影片当中,它的投入产出比是第一名。投入3000万,获得2.2亿元的票房,应该说为《武林外传》整个产业链的开发划上了完美的句号。”

中央电视台影视营销中心副主任黄海涛回顾了《武林外传》最初在央视8套播出的情形:“实际上在这部剧播出之前,我们把产业链条上所涉及的门类都探讨过了,郝总把所有能注册的东西全注册了,包括衬衫、服装之类,同时,将‘武林前传’、‘后传’也注册了。”黄海涛认为郝亚宁当时对全产业链条发展的考虑已经比较成熟,而且每个环节都可以说是成功的,都很有影响。



“武林外传”原创文化产业衍生产品体系暨商业模式。

谈到“武林外传”全产业链商业模式的成功,电视剧在内容层面的价值不容忽略,正如中国社会科学院研究员时统宇对《武林外传》剧集的评价是真诚和原创,这也是其他影视作品在打造品牌的过程中最为欠缺的一点。清华大学新闻与传播学院博士后程文在发言时借用了电视剧中一句经典的台词“您腐竹了吗?”,令与会人士体会到这部剧集诙谐幽默的调侃方式。程文认为,“武林外传”在品牌塑造与品牌传播方式上的创新首要体现在坚持本土原创,这部国内首创的章回体古装喜剧,外在影像结构与剧情内容之间形成既严肃又荒诞的疏离结构。而深具民族文化特色的剧情设置和同一域差异鲜明的角色塑造,符合目标受众的年龄特征和生活方式。

打动人心的故事题材,全方位的产业链构建能力,才会创新出优秀的文化品牌。对此,北京市广播电影电视局局长李春良认为北京联盟传媒这个团队有着勤奋、敬业的实践精神。他举例说,当初话剧《武林外传》上演时,郝亚宁亲自做市场调查,每演完一场,都要找观众和业内专家,及时总结、反思、修改。即使是生产钥匙链这样的衍生产品,也要了解全国几百家便利店的需求。

因此,打造一个有着24个衍生产品的全产业链,不仅需要创新的思路,同时需要实干。

产业价值链经营之道

如果说几年前《武林外传》刚刚起步时,文化产业的全产业链开发模式还只是一种设想,那么《武林外传》走到今天的成绩已经足以说明这种商业模式的先进性和可行性。与会的专家、学者对这一点有着精辟的理论概括。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰阐释出产业链在文化产业发展中的核心地位,而全产业链是产业链当中一种最典型的形式。陈少峰认为,“武林外传”全产业链的典型特征在于,同一内容从不同角度重复的开发。同时他建议在构建全产业链过程中,一定要专业化,因为专业化品牌价值比较高。专业化的全产业链才是一种更具有附加价值的产业链和品牌的发展方式。

谈到品牌与产业链之间如何相互促进的问题,陈少峰建议要使品牌定位和消费者定位吻合,品牌塑造要大型化,传播要持续化,要具备稳定性的明星品牌和产品。他认为《武林外传》做全产业链的思路是对的,但其中很多链条不必事必躬亲,强强合作不失为一个好办法。

影视人语

李沧东:我用电影表现现实中的“诗”

谈到为何拍摄电影《诗》,韩国知名导演李沧东说,是因为现实中的“诗”正在死去。那些将诗与生活对等的人们,注定要由他们的破碎迸裂出悲剧性的美。李沧东朴直的电影语言如同一把精准的锥刀,在镜花水月的浮光中剥离出荒凉残酷的人世真相,参透疼痛与绝望,又游渺茫茫地,在幻灭里扬起一道希冀的光。

穿过《绿鱼》的青春之死,品味《薄荷糖》中的历史沧桑,走进《绿洲》的心灵慰藉,回到《密阳》中的宗教反讽,以及《诗》的舒缓绝望。李沧东的每一部电影,都在浅显平实的影像背后,透出浓重的人文关怀。“我希望,观众看电影的时候,觉得这好像是电影,又是现实。或者觉得这好像是现实,又是电影。”李沧东说。

《诗》是李沧东的第五部

电影。在现实沼泽中苦苦挣扎的杨美子,带着一腔浪漫憧憬投进了诗的怀抱,最终用一纸遗书维护了纯洁与尊严。比起李沧东的前几部作品,《诗》少了一点锋利的刻骨之痛,却树起一片葳蕤的忧伤。

“你也许会认为,我是在展现苦痛、残酷的人生,其实,我是在通过这种残酷的表现,来凸显人生的希望。就像我们有黑暗,才有光明;有丑陋,才有美丽。这些东西都不会独立存在,需要反差才有美感。”李沧东说。

有媒体如此评价,“李沧东是现在韩国导演中,唯一一个还在用公正的态度关注社会伦理道德的人。”对于诗、电影的定义,李沧东如此回答:“诗到底是什么和电影到底是什么是一样的问题,现在,我在用后者来回答前者。”(来源:腾讯娱乐)

徐克:拍3D电影不是跟风

近期,徐克正在忙着做电影《龙门飞甲》的后期,这部3D武侠电影的后期工作要持续9个月。他坦言使用3D技术拍摄电影不是跟风的行为了,而是技术进步后的必然趋势。

“因为我们电影的取向是越来越接近现实,我们过去的有声电影,在一个没有声音的世界里,画面的真实感加强,3D也是一样,在我们现实生活里看3D是立体的,进影院之后,我们把2D的东西换成3D的,它在现实生活里和我们3D的感受是一样的。因此当3D技术出现之后,我们觉得这个更接近于我们的生活。”徐克认为,在武侠电影里,武侠本来就是超现实的东西,有不一样的效果。“在这一点上,我们在拍摄过程中一直在考

量更接近我们的效果,这跟过去的电影不太一样。”

鉴于日前电影市场3D影片格外多,记者问徐克这次拍3D是出于什么目的?徐克说,3D电影是电影变化的历史过程里面的一个阶段,除3D之外,以后还会出现现在想象不到的电影形式。“科技进步当然是好现象,现在我看到全世界有很多3D电影,我们并不寂寞,我们也在搞3D。至于是不是搞得很好,我们也可以在世界的平台上比较一下。中国人需要研发技术上的创新。”徐克说。同时他认为,电影一直就是一个商业行为,观众买票来看电影,是因为他们的生活需要娱乐。但娱乐不等于喜剧电影,娱乐也可以是生活中很扎实的精神内容。(来源:时光网)

“中艺—北京影协”青年电影编剧班开班

本报讯(记者杨浩鹏)6月23日,由中国艺术研究院研究生院和北京电影家协会合作举办的“中艺—北京影协”青年电影编剧研修班在北京开班。北京市文联党组书记朱明德、北京电影家协会驻会副主席冯峰出席了开班仪式。

据介绍,研修班鼓励学员在研修期间,进行有针对性的构思训练。争取在研修营结束之前,产生一些创作思维新颖、创作主题积极、适于商业拍摄的优秀剧本创意。研修结业后,将把专家讲课资料、课堂讨论、交流心得等进行整理汇总、编辑出版,该书将进行电影编剧们更好地适应市场、把握电影国情、提高创作水平的专业参考文献。同时,将联系中影集团、星美集团、乐视影业、大盛国际等影视企业,对优秀的编剧学员进行有针对性的培养,并通过经纪公司签约青年编剧。

6月21日,中国共产党建党90周年献礼电影《建党伟业》在加拿大多伦多市一家AMC影院举行媒体放映专场,为其6月24日的北美地区上映进行预热。这部在北美地区由华纳电影公司独家发行的电影,将于6月24日起在美国和加拿大10个城市的30家影院正式公映。图为中国共产党建党90周年献礼电影《建党伟业》在加拿大多伦多市一家AMC影院举行媒体放映专场。(新华社发)

影音资讯

《我们在延安》七月央视首播

本报讯 由陕西文化产业投资集团和曲江影视投拍,中央新闻纪录电影制片厂、视象影视联合制作的《我们在延安》大型纪录片将于7月在中央电视台首播。这部纪录片从不同角度集中展现了1935年至1948年的革命圣地延安。

这部纪录片以重大历史事件为切入点,配以生动的画面、图片、人物专访和大量历史文献等。全片由《延安的家乡》、《延安的访客》、《延安的丽人》、《延安的歌声》、《延安的舞步》、《延安的课桌》、《延安的小米》、《延安的纺车》、《延安的窑洞》、《延安的选



有话就说

华语电影贡献不应只看票房

素淡

第二届中国大学生电视节在京启动

本报讯(记者成长)6月21日,由中国电视艺术家协会、中国传媒大学、辽宁大学共同主办的第二届中国大学生电视节在北京启动。第二届中国大学生电视节共有三项主题活动:大学生影像作品展、最受大学生瞩目电视节目与电视剧评选、大学生电视影响力论坛。大学生影像作品展的优秀作品将推荐选送中国网络电视台《红镜头》、《乐享青春》等系列创作活动。主办方还将组织大学生摄制团队赴深圳大学生运动会制作电视节目。本届电视节还将在重庆大学、上海大学、湖南大学、西北大学、南京艺术学院、福建师范大学设立分会场,计划于10月底举行闭幕式暨颁奖晚会。

去年,首届中国大学生电视节成功举办让大学生与电视有了一次亲密的对话,全国70多所高校的学生参与电视节系列活动之中,体现了大学生电视节“大学生看、大学生评、大学生创作、大学生参与”的活动特点。电视节还首度披露了《2010中国大学生电视影响力调查报告》,中国传媒大学教授沈浩在6月21日的启动仪式上对报告进行了解读。调查表明,大学生与电视联系密切,但大学生距离电视远了,更多的大学生选择通过网络接触电视节目,平均使用网络电视每天62.5分钟的时长。但电视相比网络,在大学生心中更具信赖感。

第14届上海国际电影节开幕当晚便颁发了华语电影杰出贡献奖,冯小刚获此殊荣。作为中国唯一的国际A类电影节,开幕的“大学生看、大学生评、大学生创作、大学生参与”的活动特点,华语电影杰出贡献奖并不是电影节的核心,但其地位和作用十分重要。从某种意义上说,这一奖项具备了业内象征性的荣誉,获奖人不仅获得的是国内业界对于其电影贡献的首肯,还成为了中国电影面向国际的一个文化符号。上海国际电影节在强调国际化的同时,有必要也有义务承担起向国际推介中国优秀电影、优秀电影人的角色。冯小刚此次获奖,不好说是

众望所归,也并未引起一片质疑。倒是张国立现场一番调侃颇有趣味:“你不就是给中国电影贡献了十几个亿的票房么?”正如如有媒体这样评价冯小刚,这个人名价值远远大于他作为一个导演的价值,他不仅挽救了曾经低迷的中国电影市场,还开启了中国电影的辉煌之路。从最初的《甲方乙方》到《非诚勿扰2》,13年间,他一次又一次地冲击内地电影市场的巅峰,并且接二连三地扩大着自己的连胜纪录,从票房上来看,冯氏贺岁片无疑是内地电影市场最大的赢家。他还不断尝试着各种类型电影,从黑色幽默到商业大片,如果说冯小刚能让观众畅快地笑,那么他也能

让观众尽情地哭。近年来,对冯小刚毁誉参半的莫过于电影里的广告植入问题,对此冯小刚理直气壮地认为:“广告植入对中国电影有益处。”当冯小刚的贺岁片已在国内形成了品牌效应,为处在特殊国情中的民族电影的商业化踮出了一条出路的时候,冯小刚的电影似乎还没有对准国外观众的脉。电影《夜宴》和《唐山大地震》两度落选奥斯卡,对此冯小刚曾表态,认为《唐山大地震》不是属于奥斯卡气质的电影,这部影片是拍给中国老百姓看的。也曾有外国影人谈过,外国观众不是很理解冯小刚的中国式喜剧。虽然冯小刚是中国最会赚钱的导演,但商业之外,他离艺

术大师似乎还有一些距离。本土化的语言、情感表达与黑色幽默,在面向国外观众时,反倒形成理解的障碍。相对于李安、吴宇森等国际认可的导演,冯小刚在电影语言的表达上欠缺国际化的成分。梳理近年来上海国际电影节华语电影杰出贡献奖名单,自2005年第八届电影节最初设立该奖项,并由成龙和张艺谋获得,以后每届电影节获奖名单都比较注重导演或明星的国际影响力。如第十届电影节,张艺谋获得该奖项,第11届电影节由章子怡、秦海璐获得,第12届电影节该奖项授予吴宇森,第13届电影节该奖项授予陈凯歌。不难发现,华语电影杰出贡献奖兼顾了国内与国际影坛

两块阵地,力推在国内有票房号召力、在国际有知名度的导演和演员明星,这基于两种考虑:既是对国内优秀影人的积极推介与宣传,同时也增加了电影节“星光度”,提升电影节在国际上的关注度,促进中外电影交流。冯小刚说:“我也知道,我是被批评比较多的导演之一……但是伴随着批评也有鼓励,今年上海电影节给我这个奖,我真的很开心,这是对我过去工作的肯定,也是对今后工作的激励。”本届电影节也许是将来对冯导的期望赋予在这些奖项里,当国内票房不再是问题,如何走出国内市场,走进国际视野应成为对华语电影的杰出贡献。