

3D 影视，巨大市场潜力下的商机

本报记者 于 帆

继2012年初我国首个3D电视试验频道的成功开播,中国电信IPTV网络电视新增的3D频道也将于4月正式上线,3D电视产业发展驶入快车道。而近期在中国上映的3D版《泰坦尼克号》又掀起了新一轮3D热潮。国内3D影视产业究竟有着怎样的发展前景?

近日,第九届中国国际立体视像产业论坛暨展览会在深圳举行,论坛上3D产业界行业专家以及3D行业投融资人士共同聚焦“3D电视产业价值链与可持续运营”、“3D智能消费电子”“3D商业影视与3D媒体服务”和“裸眼3D技术与市场”等四大核心产业问题,为业界分析了中国3D市场脉络和商机。

整合产业链 探寻3D电视可持续运营

据了解,由于3D电视产业前景广阔,长虹、海信、康佳、创维、TCL、三星、LG、东芝等国内外知名彩电厂商都先后推出了3D电视机产品。而据相关研究机构数据表明:今年中国3D电视机产销量有望达到2000万台,市场已经迈入快速普及期。而目前有限的3D内容成为制约3D电视产业发展的障碍,3D智能电视与服务将何去何从?产业链各方将如何携手,打通价值链、走向可持续盈利发展?面向最广大市场的3D媒体服务商业模式如何构建?

工业和信息产业部电子信息视听产业处副处长周海燕在论坛上表示,随着3D技术的迅猛发

展,3D相关产品的研发及产业发展将进入到一个高速发展的时期。3D电视扩展了平板电视的功能,给彩电带来了新的机遇和挑战。目前,引导和支持3D电视关键技术的研发和产业化,推动3D电视的产业链建设;加快建立3D电视的标准等工作是业界发展的重要任务。深圳立体时代科技有限公司董事长李炜认为,虽然整个3D行业发展迅猛,但也要认识到,3D产业仍处在启动阶段,一方面是各类3D技术的日趋成熟,更多厂商争先推出3D产品,市场被持续炒热。另一方面消费者把3D产品抱回家之后,发现观看内容太单一,且观看不够舒适、方便。在李炜看来,如何理性地认识当前3D产业现状,如何把握未来的产业发展现状和机会成为发展3D的主要任务之一。李炜说:“放眼全球,欧美企业在基础、研发、软件、内容等方面具有优势,中国企业在产业化和应用开发等方面优势明显,应该通过蕴含合作的良性竞争,通过制订各项标准,形成内容制作、数据传输到平台播放的完整产业链条,让市场更加成熟,让客户享受到更优质的产品和服务,从业者才会获得更大的发展空间。”

3D商业影视：从好莱坞到中国的新路历程

尽管近几年中国电影产业取得了巨大的进步,然而国内3D影片的市场发展速度相比之下仍较为缓慢。究其根本不外

乎是人力、资金、设备和技术等几方面的因素。同时,国内缺乏好莱坞成熟的商业电影工业化和信息化管理模式,造成了在商业市场上营收的巨大落差。

论坛上,北京灵动力文化传媒有限公司CEO胡骁以和好莱坞的合作经验为例,讲出了好莱坞电影工业化生产的理念所带来的一系列专业模式和规范。胡骁现场分享了好莱坞电影的工业化模式,以3D电影制作为例,从前期创作、拍摄到后期制作、发行,包括观影以及衍生品售卖,整个流程都会有不同的技术人员参与其中。胡骁特别指出了好莱坞电影中的3D技术和3D视觉辅导人员,工作人员完全融入到前期的电影拍摄和制作中去,而专业技术团队的存机成为发展3D的主要任务之一。对此胡骁认为,中国3D电影发展需要在内容生产规模化之后进入产业化的过程,如此,高新技术才会有大的发展空间。

此外,环球数码控股有限公司行政总裁陈征提出发展3D电影,首先要和主流市场——影院相结合。“我衷心觉得,今天做3D电影的时候一定要和影院、市场相结合,而这个市场已经发生了翻天覆地的变化。2004年中国的电影票房只有10亿元人民币,占当时北美票房还不到1%,而去年中国票房就已经占到了北美票房的20%。所以,中国电影市场非常具有吸引力,希望做3D技术的人能够 and 做影院的人才结合好,才能使得3D有市场。”陈征说。

裸眼3D显示技术乃众望所归

随着3D技术的不断发展与提高,裸眼3D的应用范围将越来越广,突破商显范围转型消费已是不言而喻的大势所趋。随着越来越多的3D电影、3D游戏等丰富内容的推出,以及中国3D电视试验频道的开播运营,裸眼3D系列产品未来必将进入家庭市场,跨越家电、数码等多个领域,为消费者开启全方位的裸眼3D家庭娱乐生活。东芝、LG、飞利浦、夏普等知名厂商纷纷推出自己的裸眼3D产品,台湾友达等面板企业也同期推出多种尺寸规格的裸眼3D液晶面板。

面对在裸眼3D技术下消费电子的滚滚浪潮,如何超越企业竞争,携手开创裸眼3D全新市场?相关技术标准化进展如何?消费者对于裸眼3D产品的真实认知?

此次论坛上,很多与会专家对3D电视消费者的健康有比较大的顾虑。与会的国内外知名手机厂商、显示器厂商、行业方案提供商以及裸眼3D专家学者,探讨了该技术发展、标准建立和产业链整合协作等业界热点话题。与会专家一致认为,裸眼3D的春天即将到来,但目前仍存在很多的问题,由于裸眼3D本身的产业链很长,很多研发公司可能在某一个方面有独到之处,如何有效形成强大的联盟,在软件、技术上各自承担自己的强项,共同形成行业标准、

商业模式,还需要进一步探索。

无独有偶,在第二届北京国际电影节上,执导过《泰坦尼克号》、《阿凡达》等影片的著名导演詹姆斯·卡梅隆来到北京并谈出了自己对于裸眼3D技术的看法,认为目前的技术最多可以在家庭影院中实现裸眼3D。谈话中,他也开玩笑说,戴眼镜看3D没什么大不了的,“有的人戴一天的太阳眼镜都没问题,为什么戴3D眼镜就大惊小怪?人们最反感的是戴上3D眼镜光线就会变暗,这倒是应该考虑的。”

可以说,中国3D影视产业有着广阔的发展前景,试验频道的开播与3D终端的普及是一个相互促进、共同发展的过程。对推动我国3D终端显示产业乃至整个3D商业运作模式的发展,都有着非常重要的战略意义。同时,3D电视试验频道的开播也直接成为刺激3D内容制作、发行、拉动消费市场巨大需求的持久动力。只有产业链各环节的厂商通力合作,才能更好地挖掘中国3D影视产业的市场潜力,发挥其无限商机。正如中国立体视像产业联盟秘书长唐斌所说,目前3D频道开播只是万里长征的第一步,仅仅开播还不够,要保证3D产业的健康发展需要做的工作还很多,3D技术规范、内容规范、硬件的规范,以及中间衔接的规范,包括对于节目内容本身的一些要求,人才培养,市场培育,广告客户的吸引,3D知识产权等,还有更多产业背后的拓展工作将在未来不断推进。



有话就说

《泰坦尼克号》归来 3D 能否“复活”经典？

许晓青 吴 霞

曾在中国进口影片发展历程中保持“最高票房”长达11年之久的《泰坦尼克号》,4月10日起以3D版的新面貌重返中国影院。

这部由《阿凡达》、《终结者》导演詹姆斯·卡梅隆亲自操刀的“怀旧大片”,是否能在中国引发新一轮的观影热潮?搭上了3D技术的“快车”,经典老片能否焕发青春?

首映日票房劲爆

记者近日走访发现,在中国电影市场具有指标意义的上海,几乎所有影院都无一例外地将3D版《泰坦尼克号》的巨幅海报、视频广告等安放在最醒目位置。视当年红极一时的电影主题曲《我心依旧》不断地循环播放。

电影上映当天的晚间,拥有上千个座位的上海影城一号放映厅座无虚席,开场前最后一刻仍有不少观众冒雨前来。作为中国内地首家多厅影城,当年这里曾经创造了《泰坦尼克号》单厅票房700万元人民币的国内最高纪

录。而今,这里的电影放映设备早已升级换代,《泰坦尼克号》上演“王者归来”,令新老影迷和影城工作人员都兴奋不已。

在位于上海市中心的永华电影城,排片表上3D版《泰坦尼克号》占据了七成以上份额。据了解,该影城的上映日当天零点首映场上座率超过八成,影院特别推出的、拥有雨雾特效的4D版《泰坦尼克号》更是场场客满,显示出《泰坦尼克号》在中国影迷心中非同一般的地位。

在北京、广州、成都等地的主要电影院线也出现了首映日上座率火爆的场面,一些网友在微博上调侃,“电影票好像‘泰坦尼克号船票’,一票难求。”

上影集团联和院线副总经理吴鹤沪介绍,从目前的市场格局看,3D版《泰坦尼克号》将占据大约2/3的院线空间,大片“复出”的市场号召力不可小觑。

影迷“集体怀旧”

尽管上映日当天是个工作

日,但在上海各大院线的观影人群中,既有“70后”“80后”白领,也有“90后”学生族,甚至还有不少花甲老人及常住上海的外籍人士。在北京、上海等地的一些放映场次,还出现了观众开场落泪、片尾鼓掌的热烈场面。

影迷沈小姐走出影院时眼眶湿润,她说:“我第一次看这部片子时,大概还是在读小学的时候,那时候很多细节还看不懂,这次再看,觉得特别震撼,忍不住想哭。”

“爱情就是一张旧船票。”“假如你是罗丝,你会选择谁?”“罗丝与杰克的爱,今天是否还会再来?”相当一部分网友热衷于通过重温剧情,探讨现实社会中的各种情感现象。一些网友感慨,在“有多少爱情死于房价”“‘白富美’流行搭配‘高富帅’”的今天,《泰坦尼克号》变成了超越世俗情感偏见的重要标杆。

另一些影迷热衷于品评上世纪90年代卡梅隆所创造的经典镜头和对白,影迷廖小姐说,

影视人语

李前宽:希望北京电影节更纯粹

中国电影家协会主席李前宽在接受媒体访问时表示,在北京举办国际电影节,最重要就是要办出“中国特色、北京风格”,要体现自己独有的价值取向。他认为,北京是中国第一部电影的诞生地;全国60%以上的电影创意、制作、宣发的精英团队都集中在北京;作为首都,北京也具备着中国其他任何一个城市都具备不了的资源,在北京建立国际电影节,于情于理,都代表了中国电影的水准和形象。中国在从电影大国向电影强国迈进的过程中,需要有这么一个平台。

作为一个新兴的国际电影节,北京国际电影节未来的定位和发展方向是业内外人士关注的焦点。对此,李前宽主席表示,一个成熟的国际电影节,在拥有交流、评奖等电影节共性的同时,一定要彰显自己独

有的价值观,要有自己的特色——“中国特色、北京风格”,这就是北京国际电影节的特色,而要达到这种特色,着力点就是8个字“以我为主,面向世界”。

北京国际电影节于每年4月底举行,中国另一个A类国际电影节——上海国际电影节则在每年6月中旬举行。两个国际电影节相隔时间如此之近,会否相互影响,也是很多人关心的问题。对此,李前宽表示,北京电影节和上海并不冲突,有竞争才会发展得更好。而对于真正想参加电影节、希望借此展示自己作品的电影人来说,多一个节无疑又多了一个良好的展示平台,只要办得好,他们都愿意来。在谈到和上海电影节的差异化时,李前宽也表示,希望北京国际电影节发展成为一个“只关注电影”的更加纯粹的电影节。

(来源:搜狐娱乐)

詹姆斯·卡梅隆:希望在全世界范围内分享3D技术

曾执导电影《阿凡达》的导演詹姆斯·卡梅隆应邀参加了第二届北京国际电影节,在电影节活动之一的“中外电影合作论坛”上,卡梅隆表示,中国电影市场具有巨大发展潜力,他期待能够参与中国电影事业的发展。“中国的影市发展迅速,速度赶超美国等西方国家,相当罕见”,翻新的3D版《泰坦尼克号》在中国大卖,卡梅隆一开口就对中国井喷的票房市场发出赞叹。“从个人角度讲,我有两个不同的角色。一个是电影工作者,第二个是技术提供者,特别是3D技术的创新者。我认为3D技术将是未来电影发展的方向。另外,我也希望能够参与合拍片的制作。希望同业界人士合作,在

全世界范围内分享3D技术。”卡梅隆说。

谈到自己与张艺谋导演的会面,卡梅隆表示,张艺谋对3D技术非常感兴趣,自己非常希望能够同张导合作,特别是在利用3D技术方面,希望通过自己的3D技术能够为张艺谋未来的艺术创作加分。

卡梅隆表示目前自己规划中的影片依旧要走技术路线,筹备中的关于海底探险的影片以及《阿凡达》的两部续集都希望能够让观众有超乎想象的视觉体验。他对于海底探险影片非常感兴趣,“我之前自己也去过潜水,有很多奇妙的体验,也参透了一些生命的真谛,希望大家都可以明白。”

(来源:《南方都市报》)

张会军:北京国际电影节明年将启动评奖机制

第二届北京国际电影节组委会副主席、北京电影学院院长张会军日前接受记者采访时表示,明年电影节将启动评奖机制,评委会成员、奖项设置及评奖规则将参考国际A类电影节。

张会军认为评奖非常重要,“北京国际电影节会是中国电影走出去的一个重要平台,在电影节的交流互动中,中国电影人能够更好地把握国际电影市场的脉动。中国电影产业要做大做强,通过电影节的评奖,能够汇聚海内外的优秀影片,促进文化交流。”他同时建议“奖项不要太多太滥”,电影节应加强与市场的对接。谈到

如何办好北京国际电影节,张会军强调一定要“走出去”,去研究和借鉴其他A类电影节的经验,如财务管理、冠名赞助等,研究其他电影节的办节思路、评奖机制和评委比例等。办好电影节,协调机制和长效宣传非常重要。另外,张会军认为北京国际电影节应进一步拓宽与市场的对接,未来主要竞赛单元专业化,延伸部分可以市场化、群众化,以减少经济压力,扩大社会影响。让政府拿一部分钱,其他资金来自于基金会和企业赞助等。

(来源:《中国经济网》)(于帆 整理)

电视剧版《非诚勿扰》将在长白山区开拍

本报讯 4月18日,吉林长白山管委会与华谊兄弟传媒集团联合拍摄电视连续剧《非诚勿扰》的签约仪式在长春举行。

据悉,该剧由导演刘江执导,预计7月于长白山开机。据了解,近年来,长白山旅游产业加快发展,品牌形象不断提升,吸引了越来越多的海内外游客,文化与旅游产业融合发展的潜力巨大。此次长白山管委会与华谊兄弟传媒集团联合

拍摄电视连续剧《非诚勿扰》,依托旅游展示文化、借助文化发展旅游。这部根植于长白山厚重人文积淀、展现时代风貌气息、集结多方共识与心血的优秀影视作品将呈现在广大观众面前。

据透露,长白山管委会将投入1500万元拍摄该剧,这部电视剧将保留电影版《非诚勿扰1》中的部分人物形象,有可能会邀请演员黄海波担当男主角。(白 炜)

大型纪录片《中国古建筑》将首播

本报讯 (记者王晋军)由华润雪花策划制作,结合历史资料研究,运用3D动画技术,历时3年拍摄制作完成的真实再现中国古代建筑发展历程的大型纪录片《中国古建筑》,近日将在央视首播。

几千年来中国古建筑传统技艺仅依靠工匠口口相传,缺乏科学系统总结和文字记载,由于保护不当和历史原因等因素造成大量古建筑消失殆尽。古建筑研究相关人士表示,该片的制作和传播,在促进中国古建筑知识普及、古

建筑保护、建筑设计和创新方面将产生重要影响。

据悉,该片将在全国发行,并推出海外版。该片制作团队由清华大学建筑学院教授、资深导演和摄影师联合组建。该片按照传统建筑发展脉络,挖掘建筑背后的故事,在全国共拍摄101处古建筑,同时运用专业三维动画还原消失的古建筑,采用高清格式为观众展现中国古建筑的细部和魅力。在表现手法上,力求唯美画面结合详尽史料和专家采访,叙事方式生动有趣。