

海外版权综艺节目陆续引入

# 成功“模式”能否复制

本报记者 于帆

近日,源自荷兰的真人秀节目“The Voice”被引入国内打造成为《中国好声音》,在浙江卫视一经播出便引发收视热潮,其实《中国好声音》并非海外版权综艺节目引入国内的一个特例。近期,一批引进海外版权的电视节目,如《谢天谢地,你来啦》、《一站到底》、《激情唱响》、《一声所爱·大地飞歌》等在各大卫视频道播出。视频网站爱奇艺也首开先河,目前他们的视频节目《浪漫满车》便是引进法国婚恋交友真人秀节目《Date My Car》的版权。

据了解,目前全国排名前十位的卫视节目超过半数购买了海外节目版权。其中,《中国好声音》由于其超高的收视率使得广告费从每15秒15万元飙升到每15秒36万元。而在爱奇艺的视频网络平台,《浪漫满车》这档节目刚播出第1季,就成功进入百度综艺排行榜前40位,超越了许多老牌电视综艺节目。

那么,在国内掀起的这轮海外综艺节目版权引入的狂潮中,“舶来”的经验能否在本土生根发芽、创新品牌、复制成功?

## “模式”的价值: 建立一种标准

其实,早在1998年,CCTV5就引进了法国体育竞技节目模式《城市之间》,可以说这是国内首档正式引进国外模式版权的节目。2009年,湖南卫视的《我们约会吧》、《舞动奇迹》,以及上海东方卫视的《中国达人秀》、《我心唱响》等节目同样是引入国外节目版权。之后的两年,“引入国外节目版权”成为了大多数卫视呈现在观众面前的节目形态。如何判断国外成熟的节目模式是否符合国内电视台播出需要,记者采访到北京世熙创意国际文



爱奇艺自制节目《浪漫满车》



由世熙传媒参与打造的节目《一声所爱·大地飞歌》

化传媒有限公司总裁刘熙晨,世熙传媒曾成功引入《中国好声音》、《舞动奇迹》,如今由他们引进并参与制作的大型新民歌选秀节目《一声所爱·大地飞歌》正在广西卫视热播。

刘熙晨认为,首先要考虑国外节目在当地的影响力和收视率,综合考虑节目形态的播出情况,结合国内观众的审美需求以及价值观等问题对引入节目模式进行创新。爱奇艺总编辑高瑾则告诉记者,爱奇艺依托百度搜索会发现网络用户对何种话题内容感兴趣,针对搜索数据来选择引入的节目内容,正是结合网络用户年轻化的特征以及独特的观赏需求,爱奇艺选择了婚恋交友类节目《浪漫满车》。

很多关注海外引进版权节目的观众会发现,节目的宣传海报、制作流程,包括节目录制灯光、舞美、音乐等都和国外原节目一模一样,这就是业内人士所指的节目制作“宝典”。刘熙晨更愿意将“宝典”称之为一种“创意生产模式”,他认为:“我们不仅是在花钱购买国外节目版权,引进节目模式,更重要的是学会一种创意能力和规范化的节目制作方法。”高瑾表示,引进海外版权的综艺节目首先使国内节目制作走向高

质和正版,其次所谓“宝典”或者“模式”也让国内节目制作学会建立一种标准。“对于视频网站来说,这是一套标准的网络视听语言的建立,这对未来的网络视频行业发展很有益处。”高瑾说。

在刘熙晨看来,6年来世熙传媒在引进国外版权节目上一直在做的工作就是,“有效地推动国内节目创意模式市场化机制的建立”。国内节目制作一直缺乏核心标准,引入国外节目模式正是希望国内节目能够建立起自己的模式。

## 引入节目如何成功落地

模式引进由于其标准化特征令节目严格遵照鲜明的工业化生产流程而具备了较高的节目质量,然而在涉及到不同国家文化和价值观问题时,任何一种电视节目模式都不是万金油,如何根据实际情况进行相应的本土化改造是摆在当下国内节目制作方面前的关键问题。

对此,高瑾告诉记者,实际上,对于引进版权的节目在内容上,可做开发的范围很小,这是从尊重版权的角度出发的。同时,高瑾表示,“海外节目制作人在引入节目的制作水平、工艺以及

技巧上给我们非常大的指导,但是如何让一档原来在欧美受欢迎度的节目,让国内的观众能够接受,这是靠我们自己团队来做的。”以《浪漫满车》为例,高瑾认为录制过程中会逐渐发现原节目模式和国内观众需求上的差异和需要改进的地方,慢慢会发现这些细节逐渐形成了自身的节目模式。而刘熙晨认为,尊重引进版权节目模式非常重要,在他看来,这样的“尊重”是指对模式核心价值充分尊重。

“《中国好声音》能够成功,就是因其制作团队对原节目模式价值的深入挖掘和尊重。”刘熙晨表示,目前对引进版权节目模式的全程“COPY”实际上是节目本土化以及形成自身节目模式的基础,这个过程也许要花上5至8年时间,但这样的起步是国内节目制作必然要走的一步。

## 引入海外版权只是一个开始

据了解,《中国好声音》和中国移动合作,将学员的已演唱制作成彩铃,供手机用户下载,作为节目衍生品收益,中国移动预估《中国好声音》中单个歌手就达到1000万元的下载额。这让人们看到了引进海外版权节目

模式隐藏的金矿。正如刘熙晨所说,引入海外版权只是一个开始,对于节目模式的商业开发还要做很多工作。他举例说,由于国内引入节目模式的价格实际上只有欧美国家的1/10甚至十分之一而已,因此电视台在引进国外版权节目上的预算很少。因此世熙传媒并不单单将节目模式引入授权作为公司的唯一业务,而是在2010年成立了专门的团队负责节目制作、广告运营以及衍生品的运营。

对于视频网站来说,引进节目的盈利模式靠的是企业冠名和广告植入,以《浪漫满车》为例,高瑾认为,节目最成功的地方就在于其商业化运作非常不错,由于这档节目是在互联网平台上播出,因此得到了互联网公司——世纪佳缘的冠名支持。不过,实际上网络用户是不愿看到太多的植入广告的,对此高瑾坦言:“目前,整个互联网行业,自制节目商业方面是有待开发的,未来一定可以像电视台一样,主要收入来源来自冠名、贴片广告,而植入广告的部分只占少部分,但是过程会非常艰难,这需要一个相当长的市场成长和培育期。”高瑾强调,首先,要使网络视频节目出精品,并令节目具有商业价值。

正如有业内专家分析,对于购买国外版权的模式类电视节目来说,在完成了出资购买并成功制作节目推向市场之后,节目未来的发展很大程度上则要看媒体本身的机制能否成为节目进一步成长的温床,考察媒体本身的资源整合能力能否进一步推动节目向纵深发展。刘熙晨告诉记者,收视率并非节目质量高低的唯一标准,还要看国内媒体是否通过引进国外模式,真正实现了节目创意的研发再造,这一点才是最重要的。

## 相关评论

7月份,浙江卫视推出的音乐选秀节目《中国好声音》凭借其非实力说话的“盲选”规则、精巧而大气的节目包装和大牌评审针锋相对的卖点成功掀起了一轮收视热潮,也将人们的眼光引向了海外电视节目模式,因为这是一档源自荷兰的模式节目。原模式开发商Talpa在节目制作中发挥了重要作用,他们不仅提供了几百页的节目制作宝典,连导师们拿麦克风的手势、旋转座椅的设计都做出了详细的说明,更派出专人在录制现场进行指导和全程跟踪节目制作和营销等。正是这些宝贵的经验使得《中国好声音》在多档同类型的节目前后夹击下仍能脱颖而出,也展现了电视节目模式所具有的魅力。

笔者追踪了中国电视借鉴海外节目模式的历程,发现这一历程可追溯到1990年代中期中国电视业刚刚开启产业化改革之际,只是那时的利用还只是简单的“模仿”,通过观摩海外电视节目的录像带“依葫芦画瓢”,往往只学得皮毛,而未入其精髓。进入新世纪,中央电视台、湖南卫视等电视台开始率先从海外引进节目模式,打造出了《幸运52》、《赢在中国》、《舞动奇迹》等成功节目。但直到近几年,中国电视业才真正较多地向版权商正式引进海外节目模式。这一方面是因为电视节目模式贸易已发展成为一项成熟的全球性产业,国际电视商积极开展跨国营销,并加强了版权保护,国内也出现了多家专司节目模式版权代理的公司,如世熙传媒、创意亚洲、IPCN等。另一方面,面对互联网等新兴媒介的冲击和电视业日益激烈的内部竞争,国内各电视台纷纷加大了节目创新的力度,海外先进的电视节目自然成为了效法的对象。2010年至今,在中国各电视台引进的节目模式已多达数十档。这些引进的节目模式几乎都被各

# 海外模式「风行」中国的隐忧

彭侃

电视台当做竞争的杀手锏,成为周末黄金时段的主打节目。

从简单模仿到正式引进版权的进化过程,其实也是国内电视台逐渐认识到节目模式真正价值的过程。节目模式版权商带来的不仅是已经过海外市场检验的节目设计,也会派出“飞行制片人”提供指导,让制作过程少走很多弯路。而他们提供的原节目中的素材,如音乐、视觉设计、电脑特效等,更能为本土制作方直接使用,节省制作成本。更重要的是,在全球化的背景下,一档成功的电视节目也往往是一个具有全球知名度的品牌。在获得模式授权的情况下,制作方可使用节目品牌作为营销手段,在寻找节目赞助商和广告商、提升节目知名度等方面都如虎添翼。

可以预见的是,中国电视业引进的海外节目模式将越来越多,但这种“拿来主义”风行的潮流也令笔者有些担忧。一方面,海外电视节目模式虽提供了完整的节目框架和制作流程,具有很强的可操作性。但节目模式毕竟是从其最初开发地的社会和文化土壤中生长出来的,并不是所有的节目模式都适合“拿来”,即便是可以“拿来”的模式也必须经过一定的本土化过程,才能适应中国的观众需求和国情。而目前国内电视台引进海外节目模式的过程尚缺

乏科学评估和改造的机制,显得比较盲目,从而影响了节目的成功率。另一方面,过多引进国外模式是否会成为一种依赖性而进一步削弱国内电视的原创能力,也是需要中国电视人警惕的问题。在笔者看来,引进海外电视节目模式可以作为我国电视业学习国外先进、科学的节目生产机制、创新节目形态的一种过渡性选择,但通过引进实现节目创意的升级再造,建立起原创节目的开发机制,才应是我们真正的目标。

## 华影公司推介优秀国产电影

本报讯 (记者于帆)为做好优秀国产电影的宣传推介工作,8月7日至9日,华影公司在北京举办优秀国产电影占主流市场动员大会。全国44家影院、重点影院、影片出品方代表等200余人出席了大会。

活动期间,华影共推出26部参与出品和即将在全国发行的具有较高艺术质量和票房号召力的国产新片和商业大片进行推介和集中放映。与会代表观看了《做次有钱人》等优秀国产影片。大会还重点推介了华影公司参与出品和即将发行的《白鹿原》等商业大片和《全城高考》等优秀国产影片。

截至7月底,华影公司今年共发行58部影片,其中国产影片31部,总票房达24亿元,同比增长62%。今年华影加强了商业影片的出品发行力度,参与出品并发行《毒战》、《一代宗师》等年度期待值很高的商业影片。

华影公司负责人表示,此次会议,通过代表观看影片、品评影片,制片、发行、放映产业链上下游直接对话,对档期宣发策略进行深入研究,希望实现制、发、放三方相互配合,形成合力,对充分挖掘影片优势,合理利用档期资源,有效规避大片档期撞车,达到影片利润产出最大化起到积极的推动作用。



## 影视人语

### 王建锋:不愿被收视率绑架

“只要有钱,无论什么剧、在哪里播、什么时间段,收视数据都可以购买。”中视丰德影视版权有限公司董事长、《大祠堂》出品人王建锋日前在微博上爆料称电视剧收视率可以买卖,一年花5000万元就可进入全国收视前十,一时间引起业内一片惊叹。

按王建锋的爆料,对方承诺,他的“热播剧场”一年支付5000万元便可进入前十。该公司为了证明此言不虛,3天内竟然真的让收视率经历过过山车式变化,从大约0.1到1.0左右再回到原有的数据,如此惊人且可控的变化,看得他目瞪口呆。

“我不愿活在疲惫之中,永远被收视率绑架。”在王建锋看来,这跟吸毒一样,只要你用了他的收视率,你给了他钱,就永远都得给他钱。“一个地区一年500万元,10个地区就是5000万元,那我明年不给你呢?收视率可能就又掉回去了,那对我有意义吗?我们是一个版权公司,是靠市场活着的公司。”在王建锋看来,收视率造假比商业行贿、地沟油更厉害,“它毁掉的不只是我一家公司,它危害的是整个电视产业。我希望广电总局站出来成立一个组织来严查,甚至司法介入,通过刑侦手段把这个利益链打开。”而他此次打假之举的最终目的,就是“希望大家共同探讨,中国到底需要什么样的电视评价体系。”(来源:《中国青年报》)

### 王兴东:中国电影最缺的是好剧本

日前,第31届大众电影百花奖组委会宣布,从本届电影节开始恢复最佳编剧奖。“这是众望所归。”年过六旬的中国电影文学学会会长王兴东直言,恢复编剧奖是一个风向标,可以在影视界乃至整个社会倡导尊重原创、尊重原创的意识。“原创疲软已成为中国电影发展的首要危机。当下的‘剧本荒’不是靠设立编剧奖就能立马解决的。”王兴东说,中国电影要走出发展困境,国家必须大力扶持、鼓励、重奖、保护原创。

王兴东认为,现在想当编剧的人越来越少,想当导演的人越来越多;深入生活的人越来越少,闭门造车的人越来越多。原创疲软已成中国电影发展的首要危机。现在中国电影不缺国际导演和明星,不缺资金,缺的就是好剧本。由于国内市场国际化,第一轮竞争就是比剧本创意。可是国产电影还在依靠改编和翻拍,比如《雷雨》的改做《满城尽带黄金甲》;把《哈姆雷特》改成《夜宴》和《喜马拉雅王子》;把四大名著拿出来拍了又拍,最后发现实在没什么可拍了。“中国导演一次次冲击奥斯卡失败,说明了什么?同样是亚洲电影,为什么《伊藤电影》(《一次别离》)和日本电影《入殓师》就能赢得世界赞誉?特别是《一次别离》,成本仅30多万美元,拍摄手段也并不复杂,却胜过我们投资上亿元的影片,这充分说明电影的核心竞争力在于原创内容。”王兴东直言。(来源:《中国青年报》)

### 王中磊:青年导演需要机会和磨砺

不久前,华谊兄弟发布了“H计划”,“H计划”中华谊兄弟与两岸三地的知名导演、青年导演都有合作,尤其在扶持青年导演方面做出了很大努力。对于华谊兄弟大量起用新人,华谊兄弟总裁王中磊表示:“严格来说,一家上市公司所做的一切都应该紧紧围绕安全二字,尽力规避风险。落到创作上,最安全的模式是和张艺谋、姜文、冯小刚等大导演合作。但实际情况是,中国电影市场飞速发展,仅靠这几个‘安全’的大导演,远远堵不上巨大市场增量带来的巨大缺口。因此面对编剧、导演人才尤其是观念新、更符合现代主流观众欣赏口味的新生代人才极度匮乏的情势,诸多电影企业都开始寻找新的创作源泉。”目前,华谊兄弟将触角伸向了那些有机会拍大片,但非常有才华的导演和编剧。“如果每年都能推出一个乌尔善、冯德伦,我相信会对产业起到积极的推动作用。”

近两年台湾导演到大陆发展的不在少数,王中磊提到与台湾导演合作过程会有一些理念的冲突。台湾导演有着如泉涌般的创造力,他们非常愿意与制片人或监制沟通,没有障碍地进行交流。但在他们取得成功的时候,也恰恰是最危险的时候。“合作过程中我时常‘警告’台湾导演,取得成功自然喜欢挣一些东西,但挣钱的应该是创作灵感的束缚,切忌‘好高骛远’。目前,有些台湾导演逐渐失去了最纯朴的特质,比如对预算的把控,比如在有限的条件下充分利用资源等。”

(来源:《中国电影报》)(杨洁鹏 整理)

## 悬疑动作片《消失的子弹》在京首映

本报讯 8月6日,讲述民国奇案的悬疑动作片《消失的子弹》在北京举行了首映式,监制尔冬升、导演罗志良携主演刘青云、谢霆锋、杨冪、井柏然等主演出席。

据介绍,《消失的子弹》由乐视影业、英皇影业联手打造。影片改编自轰动一时的“民国第一奇案”,讲述一枚杀人于无形的“幽灵子弹”引起的一个个连环命案。刘青云扮演的松东路奉命追查真凶,与谢霆锋扮演的郭道、“小云雀”杨冪和“警界新星”井柏然一起卷入其中。影片在剧情设计上力求缜密,布置了多处高质量的逆转,使整个情节柳暗花明

又峰回路转,难能可贵的是,影片将复杂的人性和深刻的主题赋予其中。据悉,从导演转到监制,尔冬升为这部戏准备了3年之久。

值得一提的是,该片是谢霆锋和刘青云的首次合作,谢霆锋坦言,当时尔冬升和罗志良来找他商量这部戏,一听到主演是刘青云他就答应了。“我很幸运,和刘青云的这次合作等了11年。”导演罗志良说,《消失的子弹》除了谢霆锋、刘青云两大影帝深度合作,最惹人关注的莫过于谢霆锋与杨冪、刘青云与江一燕的两段乱世情缘。据悉,该片将于8月14日上映。(于帆)

## 爱奇艺独家推出《中国好声音后传》

本报讯 (记者于帆)8月3日,高清视频网站爱奇艺与《中国好声音》节目组正式宣布,联手打造全新访谈节目《中国好声音后传》。

这是一档由节目评委杨坤担当主持,面向学员的访谈节目,将在浙江卫视每晚《中国好声音》首播后与观众见面。据了解,浙江卫视播出的《中国好声音后传》每期10分钟,而每期20至30分钟的完整版本将在爱奇艺上独家播出。自开播以来,大型音乐评论节目《中国好声音》热度持续攀升,迅速占据了百度搜索风云榜综艺类榜首和微博实时热词排行榜第一名。众多观众因为这档节目重新回到了久违的电视机前跟

踪收看,又聚在网上分享、回味精彩的节目内容,既为电视唤回了观众,又为网络带来新的有价值用户。

爱奇艺运营副总裁耿晓华表示,除了《中国好声音后传》这档访谈节目外,由爱奇艺独家冠名的“爱奇艺中国好声音学员推介会”也将在全国各大城市举行,被导师选中的优秀学员将举行多场线下拉票演出活动,众多知名歌手也将倾力助阵,相关视频下周起将在爱奇艺陆续上线。耿晓华同时透露,随着同“中国好声音”这档优秀节目的成功合作,网络视频与电视的合作将进入新阶段,电视媒体和网络视频媒体在交叉和碰撞中最终走向联合。