

一周影话

优酷土豆诉爱奇艺、PPS 盗播侵权

7月8日,优酷土豆集团宣布,已分别向北京海淀区法院和上海徐汇法院针对爱奇艺和PPS盗播优酷土豆拥有独家授权剧集的侵权行为正式提起30起诉讼。案件涉及包括《耀舞长安》、《天梯》、《神雕侠侣》等在内的5部TVB知名剧目以及一系列国内热播剧,索赔金额达1570万元,这也是今年截至目前视频行业最大规模的维权诉讼。



世界都在看生活的导演

评:从去年年底中国网络视频行业成立反盗版联盟,发布反盗版联合行动宣言,到快播收到2.6亿元天价罚单,再到乐视起诉小米盒子盗播,现在优酷土豆又起诉爱奇艺和PPS,互联网视频行业关于版权的诉讼在数量上、索赔金额上一直激增不下,这不仅意味着这个行业版权维护意识的增强,同样也说明视频盗版的违法成本依然小于所获得的利益。由盗播带来的无序竞争问题一直是电影产业发展的绊脚石,必须尽快明确盗播电影的侵权法律责任,出以重拳,才让互联网版权市场由浊变清。

引进片不妨考虑下多元需求

据有关机构统计,今年上半年全国电影票房为135亿元,同比上升约25%,其中进口片票房占到53%,暂胜国产片。国产片票房前十位中,类型呈现多元化,包含魔幻、纪实、动作、爱情、惊悚等。而进口片的票房十强基本都被注重视听体验的大制作包揽,其中科幻片就占到六成。



评:引进片在暑期档的“攻城略地”中,一向是所向披靡。其中缘由不外乎依靠精湛高超的特效技术和屡试不爽的类型片路线。然而在大量特效影片已经占据大银幕的今天,依靠特效取胜的引进片难免会让人产生审美疲劳。曾有导演称:“每产生一个新的技术,就意味着将诞生一批烂片。”引进影片时,不妨多考虑市场的多元需求,扩展一下影片的类型,除了让人享受到视听震撼的大片外,也来几部耐人寻味的文艺佳作。

国内系列电影前路漫漫

日前,《变形金刚4》在全球热映,该片借助其强大的系列品牌推动力,在中国的票房已超过14亿元。反观国内系列电影,也有不断“加码”投资的趋势,继《窃听风云》系列和《狄仁杰》系列播出后,《西游记之三打白骨精》也将要开拍。几年前,人们还在探讨制作国内系列电影是否时机已到,转眼间有前瞻性并注重品牌的电影公司已经把系列电影搬上了银幕。



评:尽管国内系列电影制作方的前瞻性与品牌意识不断增强,但不得不承认他们还需继续成长,系列电影的制作模式也还存在一些问题。目前,国内系列电影的制作大多参考好莱坞大片模式,以类型片为主,辅以先进的特效技术。当然,国内系列电影也有自己的特点,比如电影制作方经常会以系列电影第一部的票房来作为第二部拍摄成本的标准,这导致系列电影中第二部的投资永远低于前作,特效水平也就没了保障,这也是第二部难以超越或比肩第一部的的主要原因之一。其实,在摸索阶段学习借鉴较为成熟的好莱坞模式固然重要,但是如何找到一条适合自己的路才是关键。

(高庆秀 整理点评)

《温斯顿特效》揭秘电影特效制作

本报讯 日前,讲述好莱坞特效化妆师、四项奥斯卡奖得主斯坦·温斯顿及其工作室艺术历程的传记——《温斯顿特效:斯坦·温斯顿工作室的艺术历程》由世界图书出版公司引进出版。斯坦·温斯顿是美国好莱坞特效领域的一位领军人物,塑造了一系列极具突破性的银幕角色。他与导演詹姆斯·卡梅隆合作过影片《异形》中的可怕怪物,《终结者》和《终结者2》中的杀手机器人,还为导演斯蒂文·索德洛夫的《侏罗纪公园》及续集创作了真人版恐龙。正是凭借在《异形》、《侏罗纪公园》等影片中出色的特效制作,斯坦·温斯顿获得了四项奥斯卡奖。该书经斯坦·温斯顿工作室独家授权,全方位揭秘电影特效制作的幕后故事。书中涵盖十余张从未发表过的设计草图、布景效果图、工作照片,全部来自斯坦·温斯顿工作室内部档案,并由斯坦·温斯顿本人和核心创意人员亲自解析,挖掘那些特效杰作背后的闪光点。(于帆)

CCTV钢琴小提琴大赛将启动全国海选

本报讯 为发掘更多音乐人才,给全国各地的音乐爱好者打开梦想之门,“CCTV钢琴小提琴大赛”特别增设业余组比赛项目,并已在央视网(CNTV)启动报名。大赛将于8月起在全国15个城市启动海选,届时小提琴业余组、小提琴专业组、钢琴业余组、钢琴专业组,将分别角逐金、银、铜奖,全部44场比赛将分别在CCTV音乐频道、央视网进行直播。据悉,此次大赛继续邀请钢琴家郎朗出任形象大使。钢琴家刘诗昆、小提琴家盛中国被邀请担任评委主席。为保证大赛的专业性和权威性,大赛增设了首席评委,还邀请了维也纳爱乐乐团主席担任大赛评委。据悉,“CCTV钢琴小提琴大赛”由CCTV音乐频道于2008年创办,前两届曾成功推出小提琴演奏家刘霄、钢琴演奏家沈文裕等一批新生代人才。日前,节目方还举办了“这里有声音——2014 CCTV钢琴小提琴大赛耳蜗学校爱心行”公益活动,邀请多位知名钢琴、小提琴演奏家来到北京通州耳蜗培训学校,将音乐带给听力障碍的孩子,同时也希望带动更多听力障碍的音乐爱好者积极参与到新增的业余组赛事中来。(于帆)

静观网络小说电影改编热

田超 高宇飞 韩浩月

2011年根据鲍鲸鲸网络小说改编的电影《失恋33天》成为票房黑马,使得网络小说改编电影的模式迅速升温,2013年国内网络文学巨头盛大文学还专门成立影视编剧公司。前不久,张嘉佳的网络小说《摆渡人》被导演王家卫看中,南派三叔的《盗墓笔记》也设想出一个投资200亿元的10年计划,一股网络小说改编成电影的热潮正在涌来。

网络小说改编电影尝甜头

很多人对网络小说的概念来自于台湾网络作家痞子蔡的《第一次的亲密接触》,这部小说2000年被改编成电影后受到的关注度并不高,却开启了网络小说改编成电影的先河。随着中国网络文学商业模式的逐渐成熟,越来越多的热门网络小说被搬上大银幕。

相对于2010年徐静蕾导演的《杜拉拉升职记》,小成本投入、票房却突破3亿元的《失恋33天》受到了更大的关注,也让网络小说改编成电影的模式成为潮流。陈凯歌的《搜索》和张艺谋的《山楂树之恋》,同样把目光对准了网络小说。2013年,演员赵薇根据作家辛夷坞的同名网络小说改编的电影处女作《致我们终将逝去的青春》,再度创造了7.26亿元的票房神话。

相比都市、青春爱情题材,《鬼吹灯》、《盗墓笔记》两部拥有超高知名度的盗墓题材小说,也先后投入到电影改编中。南派三叔在经过电影出品方更换的短暂波折后,与新的投资方设想了一个10年投入200亿元的长远改编计

划。张嘉佳小说集《从你的全世界路过》中的小说已经有5部签约影视版权。这部小说集最初以睡前故事系列的名义在网上疯狂流传。

成功与否还要看内容

在网络小说改编成电影的过程中,除了受邀担任编剧的作者外,大多数网络作家的身份并不明确,在整个制作环节往往处于弱势地位。早在电影《山楂树之恋》拍摄期间,原作者艾米就多次发声,对张艺谋的选角表示不满,她发表在博客上的一些言论也流露出对话语权缺失的不满。

《致我们终将逝去的青春》原作者辛夷坞同样没担任编剧。她在谈到网络小说改编成电影的话题时称,电影作为一个文化产品要想取得成功还是要有好内容,“有人写网络小说单纯为了喜好文学,或是抒情遣怀;有的人可能更看重和写作平台的利益分成。文学如果太跟金钱挂钩,很多作品难免注水,也会让创作者人失去水准。”

鲍鲸鲸由直播帖改编的小说《失恋33天》,被看作是更纯粹的网络小说。这种直播体的写作方式,将作者与读者放在了一个对等的平台上。她也觉得这种方式很过瘾:“写直播帖时不会太自信,网友会很快反馈给你。”鲍鲸鲸觉得,网友的挑剔也会促使小说质量的提升。

相比艾米和辛夷坞,鲍鲸鲸以编剧的身份参与到了电影创作中。鲍鲸鲸称,这也更利于与导演滕华涛之间的交流,比如《失恋33天》中的对“富二代”的认识,《等风来》中对金钱和幸福

的思考。对于网络文学是否是内容为王的话题,北大教授陈晓明表示,国外网络文学概念更多的是一种先锋文学,而

中国的网络文学跟传统文学在评判标准上是统一的,也会越来越靠近传统文学。

读者关注度是先天优势

北京某影视公司策划部的常先生称,网络书城、论坛很早就是寻找剧本素材的重要途径,近两年的受关注程度更是迅速攀升,“目前两大网络小说类型比较热门,一类是玄幻题材的,还有一类是青春都市题材。就操作性上来说,后者贴近现代人生活,更加适合电影改编。比如《杜拉拉升职记》、《失恋33天》这样的小说,在网上已经被炒热,有了一大批读者群。相对于其他电影,在自媒体营销占据主流的今天,它们在后期营销宣传上也具有先天优势。”

常先生透露,有的影视公司甚至要求投稿的编剧直接把剧本改编成小说放在网上,依此来检验该题材的受欢迎程度。同时,网络小说本身的质量也需要进行综合衡量。“中国网络小说的商业模式已经成熟,在改编成电影的过程中,如何将小说读者转换为观众,同时吸引更多观众关注,是影视公司还需要进一步探索的。”

当然,高关注度不等同高质量,改编时要警惕没营养的作品融入。资深电影人王先生表示,在看到网络小说改编成电影获得巨大经济利益时,网络小说本身的质量往往容易被忽略,中国当前的电影环境是投资人、制片人拥有绝对话语权,如果只看重金钱利益,大批水准参差不齐的网络小说涌入,对中国影视业造成的冲击也应当考虑。“在大批网络小说的作者队伍中,有一批整体素养不高的作者,他们博得读者点击率的方式也并非纯粹依靠文学技巧,我不是对网络作家有偏见,其实中国整个当代文学创作,能够给电影的营

养也越来越少,在王朔这批人之后,有哪些期刊连载的小说被改编成了优秀电影?数量很少。”在王先生看来,网络小说作者与电影主创,特别是导演之间在思想上的冲突也值得考虑,“中国的电影市场还是被第五代、第六代导演占据,他们与相对年轻的网络小说作者,在创作观念和思维方式上是有很大差异的。”

改编电影迎来沸点

网络文学的产业化,是掀起电影改编热的根本所在。鲜明的商业属性,让网络文学最迎合读者之能事,而将庞大的读者群转化为观众群,只需要简单地顺势引导。

网络文学的产业化不过五六年的时间,但已快速进入中国人的生活。在《致我们终将逝去的青春》之后,已经没人怀疑热点网络小说的吸金能力,也正是以这部电影为标志,影视业抢夺网络小说版权才真正进入水深火热的地步。

有人看衰网络小说,但网络小说的价值并未被全部挖掘,电影改编的沸点,或许会随着王家卫改编张嘉佳《摆渡人》、南派三叔《盗墓笔记》进入实质性运作阶段而到来。可以想象,一线导演遇上网络文学,将会激发网络小说与电影产生更大的化学反应。从电影与文学的关系来看,传统小说曾帮助我国第五代导演创造了国产电影一段辉煌的历史。有人说,根据网络小说改编的电影在人文思想层面无法与第五代导演的作品相比,但在市场开拓、与国外片竞争等方面,将会体现出巨大的优势。网络文学是市场化的,由之改编的电影也必然是市场化的。在为网络小说结盟电影所迸发出的能量感到高兴时,也应该清醒地认识到,提供娱乐并不是电影的全部。



近日,3D惊悚悬疑电影《京城81号》在北京举办了“尘封开启”发布会,导演叶伟民、编剧文隽携关镇宇、杨佑宁、莫小棋等主演出席。《京城81号》取材自北京“四大凶宅”之一——朝内大街81号的传说,跨越民国和现代两个时空,讲述发生在朝内81号霍氏一族百年间在宿命和轮回间纠葛的故事。据了解,该片将于7月18日在全国上映。图为发布会现场。(文欣)

从武隆景区起诉《变形金刚4》看电影的广告植入

新华社记者 张琴 陶冶

好莱坞大片《变形金刚4》赚足眼球后仍风波不断。重庆武隆景区称,由于未能按约定在影片中植入“中国武隆”地标字幕,武隆景区将于近日向重庆第三中级人民法院提起诉讼。

未如约呈现地标 武隆景区起诉片方

近日,重庆武隆景区和《变形金刚4》剧组在广告植入问题上再曝纷争。武隆喀斯特公司总经理黄道生介绍说,按照与一九零五(北京)网络科技有限公司(电影网)、美国派拉蒙影业公司的约定:“在电影画面中将以地标牌的方式醒目地呈现‘中国武隆’”。但《变形金刚4》片方没有履行该约定,还在片中混淆视听,对武隆旅游造成负面影响。为此,武隆喀斯特公司将起诉两家公司,要求对方承担赔偿责任

等违约责任。黄道生说,电影上映版本没有呈现“中国武隆”地标字幕的标识,而影片中其余外景地均有文字注明拍摄地点,普通观众难以识别且容易混淆。此外,由于没有呈现“中国武隆”标识,已出现其他景区冒用武隆外景地进行炒作的情形。

2013年8月,美国派拉蒙影业公司多次派人到武隆实地考察,拍摄数万张照片之后,《变形金刚4》片方正式宣布选择武隆景区作为影片的拍摄地,双方签订合作协议。然而今年6月23日,武隆方面受邀观看《变形金刚4》中国首映,发现影片中未按合同约定呈现“中国武隆”标识。6月24日,针对片方违约情况,武隆方面向电影网致函要求履行协议。由于对片方协商后给出的解决方案不满意,武隆方面决定正式起诉。

“吐槽”中票房飘红 大片广告植入渐成营销手段

《变形金刚4》由于有李冰冰等多位中国演员加盟,并在北京、重庆武隆、香

港街头等地取景而备受中国影迷关注。与此同时,大量中国品牌广告更是让人应接不暇,不少观众吐槽这部电影是“冗长的广告片”。

有网友统计,该片植入广告镜头有200多处,植入品牌超40个,仅中国品牌就有17个,有的广告生硬、不自然,惹来观众阵阵哄笑。

尽管广告招来影迷的集体“吐槽”,但《变形金刚4》在中国市场上却是票房全线飘红。在中国内地公映仅两天,票房就已经突破了5亿元,成为中国电影史上最快突破5亿元票房的电影;11天票房超14亿元。据业内人士介绍,美国好莱坞电影业非票房收入的2/3来自广告增值,包括植入广告和衍生品等。对于《变形金刚4》来讲,追求商业利益是合情合理的事情;而对于中国品牌而言,利用《变形金刚4》进行植入式营销也是不错的选择。

广告植入要融于剧情 不能砸钱赔吆

对于越来越多的中国品牌嫁接好

莱坞大片,业内人士建议中国品牌在做植入式营销时,要直起腰杆。另外,在植入之前一定要对效果进行科学评估,更重要的是,在品牌植入的时候要构建场景,跟电影融为一体,营销在润物细无声中完成。

重庆武隆旅游营销中心市场部经理李鑫说,中国品牌包括景区越来越多地与海外大片合作,一方面是证明拓展市场能力的提升,另一方面也是双方受益的好事。“但是合作中一定要注意保护自身权益,不能砸了钱还赔了吆喝。”

西南大学影视传媒学院院长董小玉说,片方违反合同约定,武隆理所当然应该提起诉讼。就植入大片广告而言,武隆等中国品牌通过这种方式宣传自己是合理的,也符合目前商业大片普遍植入广告的趋势。

重庆大学电影学院教授宋红玲则认为:“广告植入是商业片的必要,但关键在于如何植入,需要符合电影情节的植入,不能生硬地出现,否则花钱效果还不好,观众也不接受。”