

电影版《何以笙箫默》陷版权纠纷

本报记者 于 帆

由杨幂、黄晓明主演的电影版《何以笙箫默》日前已宣布定档“五一”。然而,电影《何以笙箫默》的版权归属问题仍无定论。之前,电影在还未拍时就先遭遇了一场在光线传媒和乐视影业之间展开的电影改编权“互撕”战。究竟为何会出现这场纠纷?影视公司又该如何避免在影视剧版权方面的纠纷?

事件回顾

《何以笙箫默》是网络热门小说,在被拍摄成为电视剧后,电影版也将上映。去年12月,乐视影业公布了该电影2015年上映的消息,随后原著作者顾漫却在微博上发出版权声明,称此前授予乐视影业为期3年的电影版权已于2014年9月10日到期。而在合约到期后,她与光线影业签订了该小说的电影版权合约。

而乐视影业表示,公司在合同期内完成了剧本改编,合法拥有剧本完整著作权及电影拍摄权,并于2014年8月20日获得《摄制电影许可证》。

但光线传媒对该电影版权也无让步之意。光线影业透露,与顾漫签订的是电影改编和摄制权,期限是3年,电影由顾漫亲自担任编剧,目前正在全力筹备剧本中,选角也同步开始。

其实不难看出,乐视影业凭借着《摄制电影许可证》投拍了电影,而光线传媒因手中有原小说的电影版权,所以不打算让步,于是造成了现在的僵局,并且是否会出现两个版本的电影《何以笙箫默》,不得而知。

法律解读

在这场纠纷里,两个公司孰是孰非?

首先要知道,在国内,电影发行前必须取得国家新闻出版广电总局颁发的《摄制电影许可证》与《电影片公映许可证》。如果不能获得这两证,那么其发行、公映以及商业化开发在中国大陆就无法进行。而乐视影业之所以拍摄了电影《何以笙箫默》,正是因为其获得了《摄制电影许可证》。

另外,值得注意的是,目前影视作品制作的周期都很长,而且制作过程中会出现多方面的情况,续约是很常见的事,但像乐视影业与原作者顾漫这样续约没成功,就造成了现在的尴尬局面。

中银律师事务所闫鹏和律师表示,《何以笙箫默》电影版权纠纷这一案例实际上比较典型地反映了当今影视圈

里与版权相关的法律风险。目前影视圈的交易惯例为:有资质的影视公司出钱购买知名作品(多为小说等文学作品)的影视版权,并约定一定的期限,影视公司有权在此期限内对该作品进行电影或电视剧的摄制。

“由于在国内制作影视剧存在方方面面的限制,涉及资金、主创团队等多重因素,往往在合约有效期内不一定能够拍摄成功,版权人在与影视公司签约时,需要考虑到这一情况。”闫鹏并表示。

实际上,近年来,类似《何以笙箫默》电影版权纠纷的案例也有很多,闫鹏和介绍道:“有的版权人和影视公司签约后,影视公司支付了一半的款项,但因影视制作进程中遇到各方面问题,当合约到期后,双方发生了纠纷。一方面,影视公司不敢贸然去拍摄只支付了一部分款项的剧本,另一方面,版权人也因法律限制不允许将剧本卖给其他影视公司。”

当然,如果双方达成续约合作意向,那么上述难题迎刃而解。但如果双方达不成合作意向,影视公司可能面临先期付出的版权费和影视筹备费用付诸东流的风险;而作者可能面临影视公司抢先备案或注册商标从而导致与第三方版权交易受到妨碍的困境。

闫鹏和认为,在不改变原有版权授权交易方式的情况下,可以通过对版权续约条件进行细化的方式来处理上述状况。比如,双方可以约定影视公司于授权期届满前的一个月内在才取得影视拍摄许可证的,影视公司有权要求作者续约但须支付更高金额的授权费或者影视公司在授权期届满提前一个月须与原作者进行版权续约的谈判,未能达成续约的,不得在此期间内进行影视剧本备案。类似这样的具体而明确的权利限制,可以使双方对即将到期的作品版权提前做好规划,一定程度上避免类似的版权纠纷。

他山之石

由于影视作品制作的长期性和不确定性,加上过于简单化的版权交易条款,导致了乐视影业和光线传媒现在的僵局。那么在国外,电影版权又是怎样的一种法律程序呢?

对此,闫鹏和介绍说,国外对电影版权的处理原则与国内不同,“国外的影视公司往往是购买已有作品在一段时间内的版权交易权来获得电影版权,他们的标的是在该期限内享有同作者



黄晓明、杨幂主演的电影版《何以笙箫默》剧照

签订版权授权协议的优先权,而不像国内那样直接购买电影摄制的权利。”

闫鹏和进一步解释,“这就像股权和期权,购买的是在一定时间和条件下,获得公司股权的优先权利和价格空间。并且,国外影视公司支付给作品权利人的版权费用比较低,不像在国内,需要一次性支付高达几百万元的版权费用。”

接下来,国外影视公司可以在支付较少价款的基础上,先行进行筹备,如果筹备成功,再进一步同作者签订版权授权协议,支付全额价款;如果筹备失败,则影视公司也不会损失过高。而对于作者来说,由于期权协议指向的是对

作品版权的优先获得权而不影响版权实质归属,从而为作者的实质性权利保留了一定的自由,避免影视公司违背作者意愿行使作品权利。

在闫鹏和看来,国外这样的版权授权交易原则不会给影视公司带来太大的资金压力以及较大的项目风险,相对来说比较健康。国内的影视公司实际上可以针对影视市场的具体情况,有效借鉴。

谈及《何以笙箫默》电影版权纷争的近况和解决办法,闫鹏和表示,目前还没结果,但在他看来,类似这样的纠纷,最终无非是原作者以及两家影视公司三者协商达成一个分成方案。

编者后语

实际上,与电影版《何以笙箫默》状况相似的还有根据盗墓网络小说《鬼吹灯》改编的电影,据了解也有两部,一部是由乌尔善导演、陈国富监制的《鬼吹灯之寻龙诀》,主演分别是陈坤、黄渤、舒淇;而另一部《鬼吹灯之精绝古城》则由陆川执导,赵又廷、姚晨、李晨等人担任主演,据称是陆川版《鬼吹灯》系列电影的开篇。据悉,两部电影都已经拍摄完成,有望将在热门档期上映。

当然,为了说明目前影视行业在创作上的倾向:大量的网络小说成为了影视剧开发的“金矿”,不仅投拍了电视剧、网剧,还要拍摄电影,并且一部小说不止被一个影视公司所“相中”,围绕小说改编的电影出了一版又一版。由于市场行情大好,以至于一些影视公司纷纷提早“囤货”,密集收购网络小说电影版权。这其中涉及到的版权风险问题,必然要求版权人以及各影视公司谨慎对待,才能够避免利益纠纷。

另外,抛开法律常识说句题外话:这些同名影视剧挤在较短时间内上映,影视公司看中的是网络小说本身的人气。但是这些同题材影视作品“撞车”的后果,会不会让观众“看腻了”?并且一部网络小说拍摄不同的电影版,能经得住几遍折腾?观众无非是看不同的演员,演同样的故事。因此,在影视公司相继收购网络文学电影版权的时候,也该考虑下这么做的实际效果到底如何了。

一周影话

票房回报率:喜剧言情最赚钱

《2009年至2014年中国电影投资回报率》统计数据日前出炉,数据抽取华谊兄弟、博纳影业等多家国内电影制作公司为样本,统计了6年间票房前24名影片的回报率。数据显示,小成本喜剧与都市言情剧是回报率最高的类型,而历史题材影片的回报率却一路走低。(来源:《文汇报》)



评:影片的高回报率,主要得益于喜剧片与情感题材影视作品相对低廉的成本,以及较为广泛的受众范围。而中国历史题材电影已经进入了发展瓶颈期,或靠明星刷脸打造奇观,或过度戏说解构。实际上,目前历史题材佳片少、市场越来越差的现状已引起业内重视,希望这种局面早日有所改观。

热门歌曲IP改编电影掀热潮

中国电影圈如今掀起了一股抢IP热潮,令人诧异的是,继热门小说IP之后,热门歌曲也成了香饽饽。尤其是在《同桌的你》大电影卖过了4.5亿元票房之后,“青春爱情+成熟IP”似乎已经被认为是票房大卖的保证,音乐改编大电影热潮愈演愈涌。最近《睡在我上铺的兄弟》也立项要被拍成电影。该歌曲是上世纪90年代传唱度极高的经典校园民谣,由老狼演唱,高晓松作词。(来源:时光网)



评:开始很多人都怀疑,和电影不相干的歌曲能拿来拍成电影吗?如今看来,歌曲改编电影只是基于一个品牌基础而衍生出来的电影再创作,这两年已有不少先例。正所谓歌曲传唱度决定了电影的票房,难道如今真的是有粉丝就有票房?

上海国际电影节与阿里巴巴达成合作

近日,上海国际电影节与阿里巴巴集团联合宣布达成战略合作,双方将利用各自平台的优势资源,集中搭建集新人扶持、服务、创新为一体的新型平台,为电影节和观众创造新的价值与体验。电影节首次引入大数据、互联网+的营销方式,通过与官方指定互动娱乐合作伙伴娱乐宝以及领先的手机购票平台淘宝电影的合作,使用户可深度参与电影节各环节。(来源:中国新闻网)



评:近年来,互联网公司纷纷与电影行业达成合作,依靠其在网络营销、数据积累以及用户体验方面的优势,运用“内容+渠道”“用户体验+大数据分析”等方式,整合优势资源,为中国电影界带来了新的产业模式,“互联网+”代表着一种新的经济形态,正在对电影业产生巨大影响。

(素淡 整理点评)

有话就说

电影院和爆米花背后的定价策略

王志安

近日,有消费者认为“电影院不得自带食物,却自己经营爆米花”涉嫌垄断。支持这一看法的网友不少,但笔者并不认同这种看法。在笔者看来,电影院和爆米花是相当成功的共生关系。

上世纪30年代,有声电影发明,影院迎来了第一个繁荣时期。那时候去电影院看电影可谓是“高大上”的消费,电影院基本都不允许自带食物进场。但是,在电影最繁荣的美国市场,随着产业工人群体收入的增长,越来越多的普通人开始进入影院,这些人非常热衷于边看电影边吃爆米花,由此吸引了相当多的爆米花小贩自发地来到电影院门口做生意。电影院的老板们意识到,这些人的生意是电影院带来的,于是,他们开始向这些小贩收摊位费。在经济学上,这是典型的外部性内部化的过

程。电影院吸引来人流,看电影的人愿意消费爆米花,由此带来了额外的租金,电影院向小贩收取摊位费,就是和小贩一起分享这部分租金。小贩对此也没有意见,因为电影院门口是卖爆米花的黄金席位,不在这里卖,也不会有这么多生意。

再后来,一些电影院发现,如果自己经营爆米花,收入会更多。由此,在市场上形成了两种电影院,一种是自己卖爆米花的,另外一种是不卖爆米花的。上世纪30年代末,伴随着华尔街股市的崩盘,美国进入到大萧条时代,电影院的生意开始一落千丈。在那段艰苦的岁月,那些自营爆米花的电影院幸存了下来,而那些不卖爆米花的电影院要么倒闭,要么纷纷效仿,从那以后,电影院和爆米花开始了将近百年“如胶似

漆”的关系。到1945年,美国的电影院线吃掉了全国一半的爆米花,而爆米花等零食带来的利润,更是占到电影院线利润的40%甚至更高。电影院和爆米花,再也难以分开。

今天中国城市里的电影院,完全拷贝了美国电影院的商业模式,几乎每一家新建的电影院,旁边都有自营的爆米花。这一商业模式在中国也非常成功,电影院重新唤醒了人们对爆米花的消费,中国最大的电影院线集团万达影院,爆米花花的年利润达3.9亿元,占全部卖品的70%和整个利润的10%。

问题是,这种赚钱的方式是否合理,还是否属于垄断呢?

表面上看,影院自营爆米花,但又不让自带食品进入影院,这一规定的确专横,但电影院选择在万千食品中只经营售卖爆米花,这也是经过市场漫长的时间筛选出来的。首先,电影院不许自带食品,是为了防止有些人带一些气味非常强烈的食物进入,规定不许自带食物,是为了维护其他观众的利益;其次,爆米花虽然也是一种食物,但它的的气味芳香,很少引起别人的反感。

显然,电影院自营的爆米花不算便宜,在北京,大多数爆米花要15块钱一杯,一桶则要30块钱。如果从影院其他地方购买爆米花,价格不会这么高,这就是一些人质疑电影院垄断的直接原因。

但是,如果换一个角度思考:电影票价是50元,爆米花是30元,相当于有一部分观众花了80元购买了电影票,而电影院给这部分观众赠送了一桶爆米花。如此来看,实际上,爆米花的价格已成为电影院定价策略的一部分。而爆米花不过是影院根据“价格歧视”的原理,区分观众人群的工具而已。

那么,什么是“价格歧视”?商家针

对消费者对商品不同的需求弹性,分别制定不同的价格,这就是“价格歧视”。而根据不同的人群分别制定不同的价格,会发现很多潜在的顾客。

如果仔细观察,去电影院消费爆米花的人主要有两类:一是恋人;二是孩子。这两类人群在商家看来几乎是最好的顾客,对价格不敏感,钱最容易赚。对于恋人来讲,爆米花芬芳的味道,加上影院昏暗的灯光,很容易营造出一种若隐若现的幸福感。而孩子去电影院看电影,吃点平时难得一见的爆米花,也是再正常不过的家庭假日消费标配。一桶芳香四溢的爆米花,就这样建构了一套“价格歧视”体系,将最愿意花钱的恋人和孩子挑选了出来,把电影票以更高的价格卖了出去。与此同时,影院还可以利用不同的折价系统,如网购、团购,将那些犹犹豫豫,可能因为票价太高而不愿到电影院来的观众尽可能吸引到电影院来。

需要说明的是,低价打折出售电影票,和通过爆米花将电影票变相提价,这两种定价策略是同一逻辑,都是“价格歧视”。人们不喜欢“歧视”二字,不喜欢高价,但喜欢打折和团购,但这不过是硬币的两面。更何况,经过了充分竞争的电影院线,最终活下来的电影院获得的基本都是行业平均利润。这也就意味着,那些能够准确发现并将较高的价格销售给愿意接受高价的观众的电影院,也就更有能力和意愿去分辨潜在的观影观众。

正是在这样的定价策略下,在电影票上不愿意花高价购买的一些观众也有机会只花很少的钱,去电影院享受大片盛宴。而这相当于一种变相的交叉补贴,谈恋爱的情侣看了较多的钱去看电影,补贴给了那些相对“钱少”的观众。你说这是好事还是坏事?



国家艺术基金资助项目

“滑稽表演人才培养”培训班招生简章

一、项目背景

本项目为国家艺术基金资助项目,由中国杂技家协会提供全程支持,中国吴桥国际杂技艺术节组委会办公室承办,河北艺术职业学院协办。

本次培训将从全国范围内遴选25位演员,借力中国吴桥国际杂技艺术节的高端平台,聘请国际知名滑稽教师进行授课指导,旨在发掘、培育国内本土的滑稽表演者,助力中国滑稽艺术发展。

二、教学安排

培训时间:2015年8月20日至10月4日

培训地点:河北艺术职业学院(河北省石家庄市)

培训人数:25人

培训形式:邀请国际知名滑稽教师对学员进行免费脱产培训(学员食、宿及培训费用由国家艺术基金支持,往返石家庄的交通费自理),学员还将有机会在“第15届中国吴桥国际杂技艺术节”上进行教学实践演出。

培训目标:使学员掌握西方滑稽表演基本功,能在表演中通过化妆、服装、道具、动作、语言塑造具有感染力的人物形象,具备一定的滑稽节目原创、即兴表演的能力,拥有良好的临场发挥能力和观众互动技巧。

三、招生方式

通过各省杂技家协会、专业院团推荐及面向社会两种方式报名,招收具备基本滑稽表演功底和经验,对滑稽表演艺术感兴趣的演员。

四、报名安排

报名材料:

1.报名表

(可在中国吴桥国际杂技艺术节官网www.wuqiao.org下载),报名表粘贴本人近期小二寸白底证件照。

2.作品光盘

视频内容应体现本人滑稽表演基础及相关技能,视频时长为8至15分钟

报名材料邮寄地址:请在2015年5月15日前将报名表(纸质版)及作品光盘寄至 河北省石家庄市青园街149号 河北艺术职业学院 高静

邮编:050011 电话:15931092615

本项目将聘请行业专家组成学员遴选委员会,最终确定入选的25位学员。录取结果将于2015年6月底在中国吴桥国际杂技艺术节官网www.wuqiao.org上公布。

咨询电话:15931092615 高老师