

影橙 Club: 做电影产业的“三融平台”

今年4月成立的大型综合金融服务平台——首都金融服务商会影视金融专业委员会(以下简称“首都影金会”),似乎自成立之初便拥有不一样的资源和雄心:中国工商银行、中国邮政储蓄银行、中影股份、中国文化产业投资基金、微影时代等不同行业领军企业为其发起单位,其会员单位也是贯穿影视上下游产业链的活跃企业。

影橙 Club 则是首都影金会微信公众号的独家运营方和活动执行方。目前,影橙 Club 运用其强大的活动执行力和号召力,聚集了覆盖金融和风险投资、电影电视、网生和戏剧的全影视生态圈,影橙 Club 以帮助电影人融资、融智、融资源为目标,将成为涵盖“首都影金会”会员企业在内的成长型影视企业的一个新跳板。

□□ 本报记者 郑洁

前有亮晚餐,后有餐议会

北京东方润影文化传媒有限公司(以下简称“东方润影”)原是一家以汽车全案营销为主业的传媒公司,后来曾投资过一家互联网金融企业,在成功出卖该企业实现股份退出后,东方润影又运作过一只影视基金,自有资金加上2个LP(有限合伙人),这支影视基金迄今也已经投了7个项目。“电影市场投资风险很大,赢利率观估算是2:8的概率。我们所投项目勉强挤进了20%的盈利范围,成绩并不理想。并且,在实际经验中我们发现,当下影视投资的竞争还是很激烈的,一些风险小、质量好的项目,如果投资方没有强劲的基金品牌和行业资源的话,参与投资的机会很小。以往我们获取项目的渠道也比较窄,基金运作上并不专业。”东方润影总经理博尔塔娜说,意识到这些问题后,他们才想到优化管理基金品牌、补充行业资源的重要性,于是在首都影金会的协作之下推出了影橙 Club 这样一个平台。

影橙 Club 以帮助电影人融资、融智、融资源为目标,拥有同名微信公众号的宣传阵地,同时更像一个垂直于电影圈的创投服务平台。依托北京电影学院周边的电影圈资源和中国电影基金会、北京电影协会、首都影金会、北京电影学院等专业垂直于影视圈的协会机构,将其打造事业合伙、项目合伙人等伙伴合作模式,并为行业提供各种交流与成长的机会,也为包括东方润影在内的会员企业、基金寻找匹配的资源、资金和项目。

以首都影金会、影橙 Club 主要的活动场地——电影故事餐吧为例,它是北京电影学院唯一对外营业的主题餐厅,即将被打成影视人士的交流场所和活动发布平台。该餐吧本身就是由黄渤、郭涛、刘烨、彭丹等100多位影视界人士通过众筹方式共同成立的,并且,该餐吧紧挨青年电影制片厂、中央电视台电影频道、国家知识产权局和北京电影制片厂,堪称影视机构聚合之所,其诞生过程本身就是“融资、融智、融资源”的结果。



东方润影将开发老牌IP《故事会》

博尔塔娜介绍了目前影橙 Club 的内容和业务板块,分别为我有大咖、餐议会、路演、影城i直播、学吧五大板块。《我有大咖》以发现和报道影视大咖的AB面为内容主旨;餐议会已经做了5期,通常形式为十几人近距离交流的一个主题餐会。“在美国硅谷、日本东京、中国香港等快节奏城市里,大家都需要高效、深度、精准地做事。北京金融街著名的‘中国式众筹’金融咖啡馆内推出的‘能量午餐’;去年亮·中国文体新平台举办的亮晚餐,全年进行了350个项目路演,效果也非常好。我们的餐议会也是这种形式,集中、聚焦且高效地解决一些行业热点、焦点问题。”博尔塔娜说,比如他们的动画专场、剧本讨论会等,一些议题方案其实都是会员单位自己提出的,是影橙 Club 应需求而衍生出的一种服务。

据悉,“影橙i直播”“学吧”以及未来延伸的其他子项目,影橙平台不以盈利为目的,影橙 Club 追求的是媒体和资源联动效应。前者是在直播产业中“占位”,紧跟直播平台——星工厂进行战略合作。“直播+电影圈”能勾勒出什么样的商业模式并进行拓展,由星工厂进行,影橙 Club 给他们匹配电影相关的内容、资源和现有渠道。“学吧”也是

跟开拍网、开拍学院正在深度接触并已展开小范围合作,电影圈内大都知道开拍网这家专职做电影培训的垂直细分网站,影橙 Club 可将议题内容等分享给对方。

5年内将“故事会”搬上荧屏

借助首都影金会和影橙 Club 平台,东方润影正在发起一只影视基金,基金投资的LP来自于北京电影协会、首都影金会、新三板影视公司以及影橙平台会员,除了东方润影的资金,还有来自银行、券商等机构的资金。而他们的首个IP投资案例,是将已有半个世纪历史的《故事会》杂志中的“阿P”搬上荧屏。

“我们签了阿P幽默故事系列5年的影视改编权,本来计划做网剧,后来有2家电视台有意做定制投资,因此,很有可能未来做台网联动的制作。目前正处于编剧团队改编剧本的过程中。”博尔塔娜说,IP投资无疑很热,起步早、有实力的影视投资公司已经把知名IP垄断得差不多了。机缘巧合之下,他们这个“后来者”接触到了《故事会》杂志社,它如今已经转企改制,更名为故事会文化传媒有限公司。看中阿

P系列这个IP,一方面是这个故事系列比较知名,二是喜剧是市场最受欢迎的题材之一。目前他们已确定低成本投入该剧,总投资约3000万元,资金来源除了自有资金,其他资金将通过电视台和融资渠道来解决。

一方面要为阿P系列匹配合适的资金源,另一方面,在故事改编中他们发现了一些问题:阿P的故事很多非常老,如经常出现的理发店剃胡子等情节,已经明显跟不上时代,现成可用的故事非常有限。

为此,东方润影很自然地“借道”影橙 Club 平台,在今年7月举行了一场名为“有故事的思想会”的主题讨论会,就《故事会》的影视改编方向与IP价值开发集思广益。在讨论中,许多嘉宾都谈到了《故事会》月发行200万册的数据,认为在纸质刊物逐渐式微的当下,《故事会》背后的渠道和人群都意味着机会,更具针对性的内容改编是让庞大读者变为观众的关键,曾经的流行文化通过全新的解读和展现同样会变成网络流行文化。

对网生视频有着非常深入研究的天空影视CEO赵旭建议,可以参考日本经典短剧《世界奇妙物语》,结合中国的文化背景与网络文化,做中国的奇妙物语。星工场创始人邓晶玲谈到了直播与直播综艺,提议把一则则故事变为网络直播,进行综艺化包装处理,可以更灵活地和网民互动;专注于艺术创业的戏剧人李典、《魁拔》执行导演刘刚建议阿P做话剧、动画的跨界改编,以扩大受众群。

路演平台八成项目是“人”

作为创投平台,推出路演,促进项目与资金对接是必备职能。影橙 Club 的路演平台也即将推出,但其路演平台上,项目将只占两成,剩余八成出现的是“人”。为何要推出这么另类的路演格局?如何让“人”去路演?又如何投资“个人”?

“项目投资的风险很大,也有很多影视基金开始考虑做一些针对“人”的孵化工作,比如吴天明的编剧大师公益班,有一些针对青年导演的路演会

等。但我们认为,电影产业链中,除导演、编剧外,制片、监制、后期、服化、甚至场工等各环节都缺人才,电影产业链需要全方位的提升。所以,我们的路演平台会附加培训、孵化功能。”博尔塔娜也谈到了投资性价比,一部小投资的院线影片至少也要三五千万元,这笔钱如果用来孵化人才的话能培养很多人,其组合回报率明显优于单个项目的投资回报率。

目前,在项目型的路演中,他们将邀请凭借作品《德兰》获2016年上海国际电影节金爵奖的知名制片人熊焰进行内容把关。而以人为主的路演专场,届时人如何去路演,以什么形式,考题的策划等具体设置还待敲定。“我们的大致方向是,组织人才路演专场的管理

团队要保证能筛选到好的人才。举个例子,如果是编剧专场,我们也许邀请周智勇当评委,他能看出谁是好苗子,而不是由基金公司来判断和出考题。然后再由周智勇邀请相应专业团队对投资对象进行培训。届时,导师、基金方、孵化主体将是三位一体的关系,孵化主体将跟投资方有一定时间的契约关系。”博尔塔娜说,其实国际上早期的天使投资都是投资人的,但像他们这么大规模组织对人才的投资和培训,目前国内电影投资界比较少见,他们也期待能够被验证。

博尔塔娜说,届时,他们将选拔出真实可靠的投资项目,打造规则清晰的项目选拔和投资人认证体系,降低投资与项目双方的筛选成本和诚信成本。

▶上接第01版

早些年风光无限的太合麦田董事长宋柯,曾是国内民谣、摇滚等原创音乐的泰斗级人物。几年前他愤慨于音乐盗版的猖獗,转行卖烤鸭的新闻引得行业一片唏嘘。几年后,在音乐产业渐好的背景下,宋柯高调回归,不但辞去了太合麦田的所有职务,并且卖掉了当年所持的股份,一举成为阿里音乐的董事长。而他的角色变化也极大,从原来上游的内容网络直播,进行综艺化包装处理,可以更灵活地和网民互动;专注于艺术创业的戏剧人李典、《魁拔》执行导演刘刚建议阿P做话剧、动画的跨界改编,以扩大受众群。

宋柯说,阿里音乐不做内容版权的投资开发,只做内容的分发,独家和非独家版权拥有几千首歌曲,和BMG、台湾滚石、香港寰亚、环球等达成版权合作。他们的合作模式都是保底分成制,需要提前支付保底收入,虽然不能公开数目但肯定是笔大支出。

自2015年开始,腾讯和阿里等互联网公司均开始了付费用户和数字专辑等的版权销售。“就商业模式而言,我们目前大部分歌曲还是以免费为主,就是说,由我们这些大平台为听众听到正版歌曲买单。”宋柯介绍,以阿里音乐旗下的播放渠道——虾米音乐为例,目前大多为免费下载,覆盖范围主要为一些老版权,并且免费版本在数量和品质上均受限。还有一些则是VIP会员制,能享受更多权益,如更高品质歌曲、歌曲打折、定量歌曲下载等服务。

可喜的是,今年阿里音乐推出了数字专辑的销售模式,推出了五月天、田馥甄等六七张广受年轻群体欢迎的歌手专辑,半年内仅数字专辑一项已经销售2000余万元。“当然这远不能支撑虾米音乐等音乐网站的日常运营支出,但以前付费听歌是‘零’,现在起码走出了第一步。”宋柯说。

虽然小有惊喜,宋柯还是认为,正版化后的音乐公司,其合理的商业模式还没建立起来。“播放器只能解决音乐版权初步问题,音乐产业的其他业务模式还需要广泛探索。”宋柯说,以阿里音乐为例,他们准备充分挖掘音乐相关的听、看、玩几大功能,看的部分如音乐会在线直播、在线演唱会等,未来将和阿里旗下的优酷打通,玩即线下的部分他们目前考虑跟阿里星球这个粉丝电商&社区嫁接,未来音乐经纪、音乐教育等衍生板块也都是可为的。

数字音乐前景:全球前五

《2016全球音乐报告》显示,几十年来,中国市场一直被盗版主导。然而,如今出现了积极的改变。2015年,随着几大音乐平台的建立和扩大,交易型音乐市场在中国首现;与李典说。

此同时,中国政府加大了删除侵权内容、打击盗版的力度,国际唱片公司加强了对当地艺人和曲目的挖掘和投资。

刘平说,从微观来看,其实每首歌曲的权利构成非常复杂,词曲创作者、唱片公司等享有不同权利,音乐的应用也广泛渗透到音频、视频、线下舞台等多重领域。各国音乐作品涉及个体难以行使权利的授权费用,一般均是通过著作权集体管理组织进行收转。中国音著协的业务范围很广但面临的难点也很多。通过权利人个体力量无法解决音乐词曲版权问题的,均可寻找他们的帮助。

刘平透露了一个令人振奋的数据,由著作权集体管理组织的国际总会,即国际作者和作曲者协会联合会(CISAC)2015年年报公布:2015年全世界著作权集体管理组织共收入79亿欧元,其中69亿欧元都是音乐词曲作品的使用收入,这充分反映各行各业对音乐作品的依赖程度和巨大的音乐产业未来发展空间。

自从中国数字音乐正版化和巨头化的趋势明显之后,各行业均展开了对数字音乐产业的调研,各项利好数据为音乐产业描绘了美好的前景。

美国唱片工业协会公布的2016年年中报告,显示了数字音乐的整体前景。报告称,上半年美国音乐行业总收入为34亿美元,同比增长8.1%,是16年来最高速的增长。唱片公司总的版权收入中,实体音乐收入继续下滑,来自音乐流媒体的收入增长了57%,已经在总收入中占比47%,而去年同期,流媒体仅占比32%。

针对音乐消费终端的调查也不断有利好数据出炉。尼尔森公司此前曾发表报告称,未来10年内中国音乐消费有望达56亿元。在2015年年底,新音乐产业观察做了一个关于音乐消费的调查,调查显示,2015年国内64%的人全年音乐消费超过800元,56%的人全年音乐消费超过1000元,还有20%的人音乐消费超过了5000元。这些花费有69%用在了实体唱片上,63%用到了付费下载上。网络音乐消费占很大的比重。

国际唱片业协会的《2016全球音乐报告》,则针对中国音乐市场的表现做了重点调查。报告揭示,2015年中国音乐销量上涨63.8%,达到1.7亿美元(约合10亿元人民币),其中数字收入整体上升了68.6%,成为近年来中国音乐市场增长最快的一年。

国际三大唱片业协会中国区总裁对中国市场正版化环境的明朗也给予了认可,并对中国音乐市场发展一致看好:按照目前的行业环境和产业势头,国内数字音乐产值将在3年至5年内进入全球前五。

秀场

艺术创业登上新三板

□□ 赵志伟

从一名普通大学生到开始艺术创业,再到成为一家在新三板挂牌上市的演艺公司的掌舵人……1987年出生的李典,如今已经成功策划举办第一届两岸三地青年戏剧节,出品制作话剧《夜·不寐》、音乐剧《豌豆女仆》、舞台剧《白织坊太狮》、《南锣鼓巷七号》、《后海也是海》、《玩命爱一个姑娘》等10余部作品,并荣获中国话剧金狮奖经营管理奖。他同时抓经营、走市场、搞管理,在艺术创业的道路上带领自己的小团队稳扎稳打,一步步走向成功。

边上学边创业

李典的创业故事要从大学校园谈起。本科就读于中国传媒大学录音艺术专业的他,对自己的专业并不十分感兴趣,反而喜欢琢磨市场对艺术的需求。一旦发现市场有某方面的艺术需求,李典就会自己去找剧本及资金等,想方设法去做各

种有市场需求的舞台剧。“因为影视剧的投资规模都很大,而舞台剧相对来说投资较小,几十万元就可以做一部戏。”李典分析最初创业时的市场形势,最终选择了现在的方向:做演出经纪,从小剧场做起。李典的创业得到了中国传媒大学的大力支持,充分利用学校的优质品牌、校友资源和校园环境,请来不少艺术名家如郎朗、盛中国等前来演出,既活跃了校园艺术文化氛围,也让自己的小团队由此走上了艺术创业的道路。

话剧《夜·不寐》是中国传媒大学文化创意产业孵化器扶持的舞台艺术创作专项项目,由李典担任出品人,他创立的公司典雅天地制作完成,而且,整个主创团队几乎都是中国传媒大学的师生。2011年11月16日,这部都市荒诞情感喜剧在北京柏拉图实验剧场进行了首场演出。这是中国传媒大学在产、学、研一体化道路上的有益尝试,也成为典雅天地“戏剧关怀”系列演出的重头戏。

真正单干拿到第一桶金

“直到拿下400万元的演出订单,其实我才真正有了创业的底气,也才敢从当时就职的央视辞职。”李典坦言,这400万元就是舞台剧《白织坊太狮》的启动资金。

2011年底,北京市文化局面向全市民营话剧公司邀标,鼓励民营戏剧团队创作有关北京2008年奥运会题材的舞台剧。向来对政府各种扶持基金和市场动向十分敏感的李典,抓住机会,一举中标。这一次,李典和他的研究生同学组建的团队,将中国传统民俗文化舞狮与北京奥运相结合,用大历史撞击个人情怀,讲述了白织坊太狮传承人丁世昌和众多舞狮人立志将这项非遗带进北京奥运的故事。这部作品既赢得了政府部门的认可,也经受了市场的考验。

可真正的创业之路并非一帆风顺,李典离职后四处投标,到全国各地找项目,最终才发现,要形成自己的拳头产品和经纪特色。他决定从

细分的小剧场话剧切入,后期再向文化产业的各个领域延伸。

戏剧公司登陆新三板

李典说,在他创办公司的前两年,一直处于边读书边创业的阶段。“当时正在中国传媒大学读硕士,创业主要是以工作室的形式存在。”创业初期,李典的团队跟很多大大小小的公司一样,资金匮乏,主要依赖政府及有关部门的创业扶持资金。硕士毕业后,他开始全职创业,以往的资金来源已经不能满足公司发展的需求。

在李典和团队的努力下,雅典天地还研发出中小剧场管理软件、舞台视频开发等应用系统,均获得了软件著作权。典雅天地于2013年6月在新三板市场挂牌,是中国演艺行业第一家登陆新三板的企业。“成为公众公司,一方面能够提高管理水平,提升公司的整体品牌形象,完善公司内部结构;另一方面,也可以通过定向发行股票募集资金,融资渠道得到了拓宽。”李典说。