

网生纪录片崛起的背后

彭侃 李杨

过去,纪录片的受众多为高学历、高收入人群,而在近些年纪录片与视频网站相遇之后,产生了意想不到的化学反应,网生纪录片受到越来越多年轻观众的关注。腾讯视频的数据显示,目前其纪录片观众70%是18岁到29岁的年轻人;爱奇艺平台纪录片观看人群中,19岁至30岁的用户占比超过50%,18岁以下的用户占比达14%;据哔哩哔哩(B站)申请上市的招股书显示,其用户中有81.7%出生于1990年至2009年之间。

互联网时代,纪录片的用户、品类不断扩展。随着视频网站在纪实类内容上的“重拳出击”,纪录片逐渐成为视频网站综艺、剧集、电影这三驾马车之外的第四驾马车。

多元化、年轻化,网生纪录片有创新

2016年,由央视出品的《我在故宫修文物》悄然在B站走红,让从业者意识到,小众的纪录片也可以在年轻人中间打开市场。此后,爱优腾、B站、芒果TV等网络平台开始加大在纪录片领域的布局,陆续推出了多部受年轻人喜爱的纪录片,如《早餐中国》《人生一串2》《奇遇人生》《守护解放西》等。

在内容选择上,网生纪录片的题材更加垂直细分。以美食类纪录片为例,区别于《舌尖上的中国》《风味人间》这类介绍世界各地美食的选题,网生美食类纪录片选取更小的内容切口,如《早餐中国》《日出之食》聚焦中国人的早餐,《人生如沸》更是将范围缩小到火锅上。这些更接地气的内容,拓宽了美食类纪录片的边界。

在叙事语态上,网生纪录片大多采用故事化的叙事方式,如《风云战国之列国》以史实为核心,配以王劲松、李力群等演员的演绎,把晦涩的历史铺陈为生动鲜活的历史故事。同时,在历史事件的阐释上,也不再是史料回顾加旁白,而是结合了说唱、脱口秀、戏剧等元素,一改传统纪录片的宣教风格。

同时,真人秀节目也开始更多地使用纪录片的手法,如《守护解放西》《宠物医院》等采用了纪录片与真人秀相结合的方式,在真实记录的基础上,利用综艺节目的剪辑、后期等手段对纪实内容进行加工,使比较静态的纪录片更加生动,贴合新媒体受众的欣赏习惯。

平台投入大幅增长,网生纪录片迎来发展机遇

近两年,纪录片在互联网端逐渐被“器重”的背后是平台投入的增加。《中国纪录片发展研究报告2019》(以下简称《报告》)显示,2018年,腾讯视频、优酷视频、B站、爱奇艺四家互联网平台对纪实内容的投入约11亿元,同比增长83%。有了更多预算的网生纪录片,也更有底气探索更广阔的领域,产出更具质感的内容。

一方面,在深耕美食等“小而美”题材的同时,视频平台开始尝试拍摄自然、科学、文化等题材的纪录片。如B站接下来将推出《众神之地》《大唐帝陵》等20余部纪录片作品,涉及人文社会、历史文化等领域,题材全面开花。另一方面,各大视频网站纷纷开始联合美国国家地理、BBC、

Discovery探索频道等知名国际厂牌,以期借助它们丰富的经验,进一步提升纪录片的品质。如腾讯视频与BBC联合制作的《七个世界 一个星球》,展现了7个大洲不同环境塑造多彩生命的奇妙历程;优酷与云集将来、国家地理联合出品的《被点亮的星球》,是一部囊括了天文学、人类学、生物学等多个学科知识,以宇宙视角来观照地球和人类命运的科普类纪录片。

尤其值得注意的是,各大视频平台在与国际厂牌的合作中,也将重心从单纯的版权引进转移到内容的制作上,对纪录片的把控力逐步加大,深入到前期的开发和制作中,更多的中国元素开始出现在这种国际合作项目中。如《被点亮的星球》美版片名为《One Strange Rock》,在今年播出的中国版中加入了钢琴家郎朗和女演员万茜的解说,同时选取了黄河小浪底、香港摩天大楼、莫干山裸心谷等拍摄地点。

“微纪录片”大量涌现,满足碎片化消费需求

除了视野上的拓展,网生纪录片在篇幅、节奏上也与传统媒体时代的纪录片有着较大的差异。《报告》显示,尽管不同题材的纪录片,受众可接受的影片时长有所差别,但对于美食、访谈、传记、旅行类视频,时长在11分钟至30分钟内更受偏爱,对于社会热点、时事、财经、自然风光类视频,观众偏好时长6分钟至30分钟的。

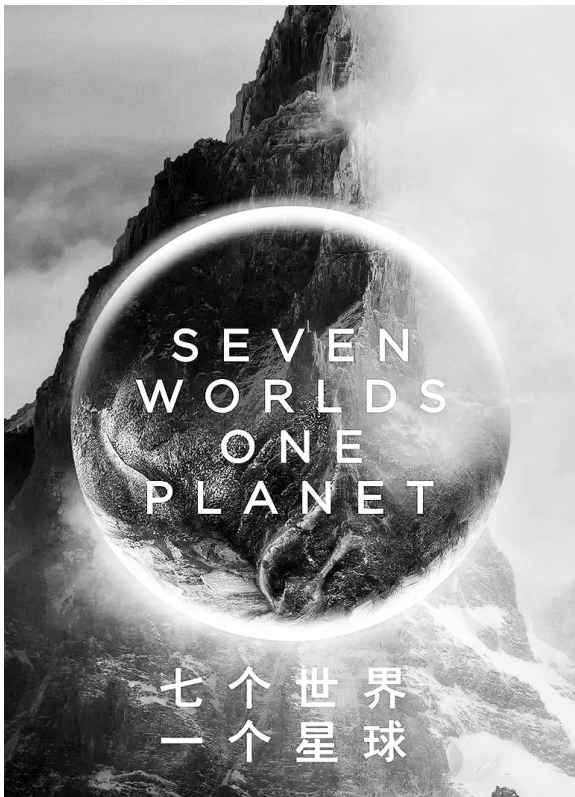
据统计,2019年单集时长在30分钟以内(含30分钟)的网生纪录片共

有20部。可见,随着网生代逐渐成为纪录片的主流受众,短小精悍的微纪录片也有了更大的市场。因为时间短,叙事节奏也会相对更加紧凑,可以让用户更高效地获取内容信息,满足观众的碎片化消费需求。《早餐中国》可以称得上是“短小精悍”的代表,它深入各地寻常可见的早餐店,真实记录了不同地方人的百态生活,内容朴实接地气。同时,5分钟的时长、轻松有趣的画风,让人看着不累。而如《人生一串2》这样的纪录片,虽然每集时长为45分钟,但内容上却可以根据城市和烧烤种类的不同分为5个独立的部分,这些内容既能连成一个整体,又能独立成篇,有利于内容在长、短两个视频平台同步传播。

同时,相比传统的台播纪录片,网生纪录片在内容方面更注重节奏推进。如《水果传2》在35分钟内讲清楚5种水果繁衍、生长、谱系等方面的知识,整体切换速度快,传递的内容层次也相对更多。

此外,利用视频网站弹幕的优势,网生纪录片更容易与网友互动,传播性也较强。如《人生一串2》中,每当自己家乡的烧烤出现,弹幕中的讨论就会非常密集,截至目前,弹幕总数高达131.4万;《历史那些事》中很多镜头还被观众做成动态图在网络中传播,达到了对于内容的自来水传播效果。

碎片化、快节奏、强互动元素的注入,让网生纪录片受到更多年轻观众的喜欢。作为纪录片的新生力量,网生纪录片形态的丰富多变,与呈现方式的不拘一格,使其展现出了欣欣向荣的活力。



《七个世界 一个星球》海报



《早餐中国》海报



《人生一串2》海报

文化和旅游部第十七期产业精品项目交流对接会在渝举行

本报讯 (驻重庆实习记者侯伊) 1月8日,文化和旅游部产业项目服务平台第十七期产业精品项目交流对接会(以下简称“对接会”)在重庆市璧山区举行。活动由文化和旅游部产业项目服务平台支持,重庆市文化和旅游发展委员会与璧山区政府联合主办,中国人民大学创意产业技术研究院、璧山区人民政府承办。

据统计,文化和旅游部产业项目服务平台已累计推介项目250余个,签约金额超过3000亿元,目前已有5个项目开工建设。本次对接会共推介各类精品文化旅游产业项目121个,总投资超1000亿元,其中,现场签约项目21个,签约总额460亿元。在达成合作意向的签约单位中,重庆绿岛新区管

委会和银河酷娱文化传媒有限公司打造的集影视、旅游、度假、休闲、观光、文创智能制造于一体的中国仙侠文旅影视城项目,总投资超过200亿元;重庆市石柱县政府与安徽悠然蓝溪旅游开发有限公司打造的冷水康养商业区项目投资超过120亿元。

活动现场,重庆文化旅游装备制造产业园、卧龙康养小镇、重庆仙侠文旅影视城、重庆三千年文旅城、大洞河生态旅游区、巴国古都文旅城、嘉陵西海康养温泉、云通链(ABT)文化产业中台、云阳侏罗纪恐龙世界公园9个文化与旅游融合发展项目进行了路演和实景展示。此外,对接会上还对位于璧山区的文化和旅游装备制造产业园区进行了授牌。

陕西省文化金融服务中心成立

本报讯 (驻陕西记者秦毅) 近日,陕西省文化金融服务中心在西安揭牌成立。该中心由陕西省委宣传部牵头,联合西安曲江新区共同建设,针对文化企业普遍存在的“融资难、融资贵”等问题,整合银行、创投、保险、担保、文创基金、文化产权交易所等金融资源,通过政策引导、项目对接、信用增进、人才培养、资金支持等方式,积极探索金融资源与文化资源对接的新机制,架起文化企业与金融机构的桥梁,进一步推进文化与金融合作示范区的建设工作。

据了解,陕西省文化金融服务中心将聚焦两大产业链,一是整合

文交所、文创类引导基金、私募基金、文创银行、保险公司、担保公司、信托公司、证券公司等金融机构,构成一条文化产业金融服务业链。二是通过吸引优质企业或企业兼并重组,实现文化企业上下游产业的集聚,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平,利用中心资源优势打造富有陕西特色的文化产业集群,推动文化产业加速转型升级。中心还将依托陕西文化产业专家库,通过推荐、选聘等方式聚集全国文化金融领域专家,组建“文化金融专家智库”,为陕西省文化金融企业及产业发展出谋划策,提供系统化理论支持。

闽东北协同发展区进京推介文旅资源

本报讯 (记者程佳)近日,由福州市文化和旅游局牵头,闽东北协同发展区文旅部门在北京联合举办“畅游清新闽东北 享健康生态之旅”文旅推介活动。

闽东北协同发展区地处福建东南沿海,是生态环境优美的旅游目的地。推介活动全面展示了闽东北协同发展区丰富的文旅资源,并推出了“旅游+摄影”“旅游+美食”“旅游+温泉康养”“旅游+滨海度假”适合四季出游的特色旅游产品。活动现场,来自福建的演员们

表演了具有闽东北地方特色的舞蹈《畲族三月三》等节目,非遗传承人代表展示了福州老字号尚干拌面制作工艺等。

为了加强闽东北协同发展区与北京旅游界的交流与合作,拓展北京旅游客源地市场,在推介活动中,福建省康辉国际旅行社与北京旅行社商代表签订了《旅游战略合作协议》,双方将就资源共享、产品研发互推、客源互送等方面加强战略合作,共同开拓区域旅游客源市场,促进旅游业发展。

中演院线与华侨城携手打造南粤文化地标

本报讯 (记者秦升华)1月7日,中演院线院线发展有限责任公司(简称“中演院线”)与深圳华侨城滨海有限公司签署合作协议,深圳华侨城滨海有限公司将深圳欢乐港湾中占地2万平方米的演艺中心委托中演院线运营。

欢乐港湾位于广东省深圳市宝安區,是粤港澳大湾区的核心节点。华侨城以整体规划、成片开发理念,致力于将其打造成为集滨海休闲、文化旅游、艺术体验等于一体的新型全域旅游示范区。演艺中心作为欢乐港湾的组成部分,包含

1500座大剧院、600座多功能剧场等配套设施。此次签约标志着深圳华侨城中演滨海演艺中心管理有限公司正式启动筹备。

中演院线作为中国对外文化集团有限公司旗下子公司,拥有“丝绸之路国际剧院联盟”这一平台资源,联盟由来自42个国家和地区的124家成员单位组成。接手演艺中心后,中演院线将通过整合旗下海内外直营剧院资源,以深圳华侨城中演滨海演艺中心为新的着力点,立足深圳、辐射华南,助力粤港澳大湾区文化建设。



西藏文化旅游产业链逐步完善,已成农牧民转移就业增收的重要途径。西藏2019年全年接待国内外游客突破4000万人次,收入达560亿元。40万农牧民参与旅游业,进一步助力脱贫攻坚。

图为两名内地游客在布达拉宫广场前,穿着藏装留影。

新华社记者普布扎西 摄

今后三年文化产业高质量发展“怎么干”

北京有了“行动计划”

本报记者 李 铮

首都北京的高质量发展离不开文化软实力的涵养和支撑。1月8日,北京市国有文化资产管理中心、北京市政府新闻办公室召开新闻发布会,发布并解读《北京市文化产业高质量发展三年行动计划(2020—2022年)》(以下简称《行动计划》)有关内容。《行动计划》的出台,解答了未来3年北京文化产业为实现高质量发展应当“干哪些、怎么干、谁来干”的问题。

文化产业已成首都经济重要支柱

2019年,北京市文化产业保持了良好的发展态势。据统计,1月至9月,北京市文化和娱乐类服务消费规模达1350.7亿元,同比增长7.4%,在服务消费中占比12.3%,对总消费的贡献率为9.1%;1月至11月规模以上法人单位实现收入11146.2亿元,同比增长8.3%,其中文化核心领域实现收入9921.4亿元,同比增长达10.1%。文化产业作为首都经济的重要支柱产业、增强人民获得感的幸福产业,已成为

助推北京高质量发展的重要引擎。

预计在《行动计划》的推动下,到2022年北京市规模以上文化产业实现收入突破1.5万亿元,产业增加值占地区生产总值比重保持在10%以上。

创新工作方式 破解固有困难

近年来,北京市为解决文化企业融资难、融资慢、融资贵困局,综合运用银企合作、建立平台、贷款贴息、融资担保、培育上市、设立基金等多种手段,在全国率先建立健全文化产业投融资服务体系。

2017年起,北京市推出“投贷奖”联动政策,通过“政策+市场化平台+服务+生态圈”的模式,在大幅提升文化企业融资成功率的同时,有效降低融资成本。截至2019年年底,“投贷奖”累计支持项目2009个,支持金额12.12亿元,拉动投资1071.78亿元。据了解,下一步北京市还将积极推进打造“文创板”,推动创办文创银行,设立北京文化发展基金,进一步优化完善北京文化金融服务体系。

为了推动城市更新与文化功能

有机融合,不久前,北京市出台的《保护利用老旧厂房拓展文化空间项目管理办法(试行)》(以下简称《管理办法》),重点解决了项目改造如何走流程、怎么办手续的实操问题,打通了政策落地的“最后一公里”。根据前期调查,截至2019年9月,北京市各区共梳理出老旧厂房资源774处,总占地面积约3227万平方米。《管理办法》的出台,帮助越来越多的工业遗产成功转型为文化空间,成为城市有机更新的重要力量。

明确任务 固强扶弱

《行动计划》以问题和目标为导向,着力解决全市文化产业有数量欠质量、有高原缺“高峰”、有规模少品牌等突出问题和瓶颈环节,紧紧围绕人民群众精神文化生活新期待和首都高质量发展新要求,突出高端性、前沿性、高效性的高质量发展特征,力争通过3年努力,着力实现创作生产精品化、文化创意品牌化、新兴产业多元化、市场体系现代化,初步形成首都文化产业高质量发展体系。