

影视行业深度调整,有“阵痛”也释放诸多暖意 你等的爆款可能已在路上

2020年伊始,我国影视行业仍处深度调整态势当中。一方面,2019年内地电影票房创下642.66亿元的新高,《我和我的祖国》《哪吒之魔童降世》等多类影视作品爆款迭出;另一面,各类市场主体仍能清晰感受调整“阵痛”。

此轮深度调整已给影视行业带来哪些“阵痛”?将有何种影响?又有什么值得观众期待?记者就此走访了北京、横店等地多家影视公司、剧组及专业人士。

行业感受调整“阵痛”

2019年以来我国影视行业深度调整迹象明显,行业内不少人都有明显“痛感”。

——部分艺人缺戏。记者调查发现,2019年有不少曾片约不断的演员赋闲在家,索性当起“带货网红”;一些明星化妆师则靠发布美妆视频维持生计;还有部分影视业者“转型”做代购、卖保险。一些曾炙手可热的“小花”“鲜肉”艺人无戏可演的“空档期”甚至长达1年左右。

——更多公司注销。记者了解到,以轻资产为主的影视企业,因缺少抵押物,融资模式有限。

2018年上市影视企业股价暴跌、资本抽离更使一些企业“雪上加霜”。天眼查数据显示,2019年以来共有超过3228家名称及主营业务涵盖“影视”的公司注销,远高于2018年的1946家。

——项目普遍缺钱。多家投资公司的项目经理告诉记者,“影视行业回款慢,风险高,已经两年没碰过影视的项目了。”“以前投资动辄上亿,2019年超过5000万的都不多,很多是投资不大的网剧。”横店影视城协拍员席丽仙告诉记者,如今影视项目投资规模存在集体缩水,剧组在单部

剧上投入锐减。

——剧集明显减量。横店影视城影视事业部副总经理赵永清说:“如今80%以上都是播出平台的定制剧,只有几个头部影视公司敢自己投资。”

“行情好的时候资本充足,更多影视公司可以自己投拍再找播出平台。如今平台选播剧集标准更严,一度出现大量剧集无处播出的情况。”一诺众合影视传媒总经理陈炼说,他们最近一部剧本经过了反复修改才最终得以投拍。

《中国电视剧风向标报告》显示,横店影视城的开机率同比直降45%。

“暖意”:国片更自信、选择更理性、演技更受“宠”

深度调整中也释放诸多暖意。记者了解到,位列2019年中国内地票房前十的电影中有八部是国产电影。

80后中国导演饺子的作品《哪吒之魔童降世》以50.01亿票房拔得头筹;《流浪地球》以高成本科幻大片之姿开启了“国产科幻元年”;《少年的你》《地久天长》以及柯汶利导演的《误杀》等影片则展现出国产片在艺术和市场双重意义上的更多可能。

中国文艺评论家协会

副主席尹鸿认为,当前中国影视市场正在发生结构性变化,国产片更加自信,不再“谈好莱坞色变”,《庆余年》《唐人街探案》等网剧也给观众带来了新的观看体验。

还有业内人士认为,曾经“口碑与票房倒挂”“谁有名谁卖座”的情形少了,观众和市场的选择标准都更趋理性。

对演员价值的判断标准也在向演技实力回归。业内人士谭飞说:“台词用字母代替、演戏靠抠像糊弄

的乱象少了;想要抄几张PPT就能‘扎’到钞票、作品全靠流量明星支撑难了;倪大红、王劲松等演技精湛的实力派演员更加受市场认可;有些‘小鲜肉’又开始有意识地锤炼演技了。”

此外,灵河文化创始人、制作人白一骢表示,今天从业人员的专业性日益成为核心竞争力,“忽悠型”创作者、投机者纷纷出局。另外,前些年电视剧项目利润高达100%至200%、明星片酬畸高的情况也面临终结。

“期待”:2020年,下一部爆款已在路上

多名专家和业内人士认为,深度调整有助于从业者清醒认识当前行业的实际情况:既有全球瞩目的电视剧产量,又存在无法满足观众需求的“精品剧荒”;已经成为全球最重要的电影票房市场之一,却同时仍长期被影视工业基础薄弱、盈利模式单一、人才培养断层等难题困扰……

多数业内受访者认为,要逐步解决相关问题,推进以“内容为王、精品创作”为目标的行业转型是关键抓手,而当前正是最好时机。

中国艺术研究院副研究员孙佳山说,2020年影

视行业将涌现出更多源于现实生活、紧扣时代脉搏的现实主义题材精品力作,在紧抓当下热点的同时,输出更具广泛意义的价值观。越来越多从业者正在回归现实主义题材内容创作,脚踏实地打磨作品。

爱奇艺副总裁、自制剧开发中心总经理戴莹说,精品化和多元化已经成为时下网剧非常明确的趋势。“播出平台将更加看重作品的差异化,除了人物设定、故事核心的突破,呈现形式上也应该有互动剧、竖屏剧等多样化的创新探索。”

“5G时代,用户观看视

频内容的场景更加丰富,选择也更多元。从前被互联网视频抢占的传统市场,将迎来基于5G技术新视频类型的挑战。”白一骢说。

另外记者了解到,目前北京正构建以“投贷奖”联动、多层次文化产业资本市场、文化产业园区运营等重点产业投融资工具创新、上市辅导及重点企业孵化等为环节的文化金融体系,试图破解包括影视项目在内的文化产业面临的投融资难题。浙江在推动文创银行发展的基础上设立了市场化的影视基金,未来将聚焦优质内容生产。

(据新华社)

生物识别信息泄露“暗箭难防” “直播带货”问题频现 消费新场景 带来维权新难题

生物识别信息泄露“暗箭难防”、“直播带货”中的消费问题频现、炒作经济热潮下存在消费侵权隐患等上榜……中国消费者协会发布2019年十大消费维权舆情热点,其中消费新场景带来的维权新挑战尤为引人关注。

中消协有关负责人指出,回顾2019年,随着一系列促

消费政策持续加码、居民收入逐步增长,中国消费前景广阔,然而,消费维权仍然面临多重挑战,消费套路、侵害隐私、带货乱象、霸王条款、炒作价格等损害消费者权益的情况时有发生。面对挑战,有关部门需要总结经验,加强防范,协同社会各界共同营造安全放心的消费环境。

生物识别信息泄露“暗箭难防”

2019年8月至9月,某AI换脸软件受到热捧。用户使用该款软件,只需上传自拍照片,即可生成“换脸视频”,将自己变成影视片段的主角。但该软件在走红的同时,质疑其涉嫌侵犯用户隐私的讨论也受到舆论高度关注。

记者注意到,去年10月,一则“小学生发现刷脸取件漏洞”的消息曾引发网民热议。有媒体报道,多位小学生通过打印取件人照片的方式,用照片“刷脸”就轻而

易举地打开快递柜取件。

专家指出,当前,生物识别信息是重要的个人信息逐渐成为舆论共识。技术的发展促使“人脸”等数据在越来越多的场合被使用,指纹、虹膜、人脸等生物识别信息越来越受到公众重视。但所有的生物识别技术本质上与数字密码一样,具有可复制的特性,因此个人生物识别信息也容易泄露。所以,对隐藏着危害公众隐私风险的新业态,监管手段与方法也需与时俱进。

“直播带货”中的消费问题频现

在新经济快速发展的背景下,“直播带货”尤其是“网红带货”成了电商新风口。但是,快速发展之下,“直播带货”中的产品质量、售后问题,主播虚假宣传问题,平台数据造假问题等,不仅影响了公众的消费体验,也损害了商户的利益,诸多“直播带货”造成的“两头坑”事件频频引发舆论争议。

针对这一现象,舆论认为,保障消费者权益,促进行业良性发展,还需完善监管制度。

做好对平台内商家与主播的他律。

其次,监管部门应加快“直播带货”法治化监管建设力度,提高直播带货违法成本,增强监管震慑力。对于出现假冒伪劣、侵犯知识产权、侵害消费者权益的“带货”行为,应依法从严查处。还应建立和完善社会监督体系,维护消费者的知情权、选择权与监督权,保护好消费者合法权益。通过多方协同共治,引导“直播经济”持续健康发展。

首先,平台既要完善诚信评价机制、提高准入标准,以做好自律;也要引导、敦促主播在相关领域形成更强的知识储备和专业度,

此外,作为一种新业态,“直播带货”需跳出“挣快钱”的桎梏,前置化风险处置,避免走上以往电视购物风险频出的老路。

炒作经济存在消费侵权隐患

炒作经济快速发展是2019年的消费市场的一个重要表现。数据显示,闲鱼上“AJ”的全年搜索量达3900万次,“全民炒鞋”话题还受到诸多媒体关注;“盲盒经济”带动了新的消费风潮,某款稀缺的盲盒玩具在二级市场甚至被炒到上千元的高价。从炒鞋、炒盲盒,到炒手办、炒汉服,炒

作经济的发展从小众爱好“出圈”,成了新的消费市场。有分析指出,全新炒作经济的崛起,背后是中国消费趋势的一次巨大的变革,其中以90后“炒家”为代表的消费群体在这些消费热点中尤其积极,也更加大胆。然而,隐藏在这轮消费热潮背后的消费侵权问题也逐步显现。

(工人日报)