



我国电影产业步入“全面数字化”

在第28届中国金鸡百花电影节上,一批优秀国产电影集中展映,吸引了海内外诸多目光。记者了解到,在互联网技术和资本的推动下,国产电影的产能被进一步激发,不仅促进院线观影人群从一二线城市向三四线城市下沉,还带动了国产电影的数字化转型。通过互联网大数据的沉淀分析,国产电影的创作者们越发能“读懂”观众的观影取向。

A 从线下购票观众到线上消费用户

随着移动互联网的进一步普及,公众对于电影的消费习惯亦发生改变,围绕电影话题开展的弹幕、周边视频等新互动方式涌现,线上观影趋于多元化的内容选择,促使电影“观众”向电影“用户”角色转变。

由中国互联网络信息中心发布的《第44次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2019年6月,我国网络视频用户(包含短视频用户)规模达到7.59亿,较上年增长3391万,占网民整体的88.8%。

在本届中国金鸡百花电影节由腾讯影业承办的“互联网之夜”分论坛上,猫眼娱乐CEO郑志昊表示,在线购票已成为当前国产电影观众观影消费的主要方式,从2016年至2019年,票务线上化率呈现逐年上升趋势,目前票务线上化率已接近九成。而相较于一二线城市的增长速度,三四线城市观影者选择通过线上购票的增长率更高,充分说明下沉市场对近年来国产电影市场的认可度。

为满足年轻用户在观影时线上互动的需求,视频弹幕也成为助推国产电影在年轻观众群体中卖座的催化剂。2017年到2019年,无论是原先电影的线上总弹幕量,还是片均弹幕量均保持增长势头。由腾讯公司和猫眼娱乐联合出品的《互联网时代的电影发展研究报告》显示,国产电影始终占据弹幕量冠军席位,2017年《战狼2》当年弹幕总量为247745条,2018年《悲伤逆流成河》当年弹幕总量为500628条。



B 互联网大数据让影片创作者“读懂”观众

在超八成观影者选择通过手机APP等终端购买电影票的背景下,线上打分、观后影评等用户行为也让创作者更容易通过互联网大数据来看明白自己的影片品质,更好“读懂”观众对国产电影未来发展的期待。

据业内人士介绍,在以网络播放为主渠道的网络电影中,对用户在线观看行为可以进行大数据的量化追踪和分析优化。例如,通过大数据分析用户在观看一部网络电影中跳出、回看、拖拽快进、倍速播放、弹幕评论等观影行为,可以非常直观地让片方了解到用户对于具体电影内容的偏好,针对性优化以提升观影体验,推动网络电影品质的快速提升。

“以前是线下口口相传,现在通过朋友圈‘晒票根’‘发评论’等方式,让更多观众可以快速了解影片质量。”腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武认为,对院线影片评价方式的转变,观众更为迅速地“用脚投票”,选择自己喜欢的内容,整个国产电影行业也越来越重视观众的口碑,客观上缩短了口碑与票房的链路,从而推动电影创作向更贴合用户需求的精品化之路提升。

C 互联网时代给国产电影未来留下期待

在人工智能、云计算、虚拟现实等技术的推动下,国产电影产业从单点优化步入全面数字化,将给观影者带来全新的观影体验。

相比于国外,中国电影市场的一个特点是档期效应更加明显,春节档、贺岁档、暑期档、国庆档常常集中产出爆款。阿里文娱电影业务负责人、阿里影业高级副总裁李捷表示,2019年春节期间,淘票票平台的实时数据显示,春节档的观影高峰期一天有近1亿人次在观影。这个惊人的数据,显示出中国观众极大的观影热情。

尽管当前电影市场增速放缓,但爆款的体量越来越大。热门档期里,大体量的电影票房高达二三十亿元,头部效应也越发明显。记者了解到,相较国外,中国的购票线上化率高达85%以上,而这个数据在美国只有不到40%,新技术驱动是中国电影市场依然保持相对高增速的重要原因。

业内人士普遍认为,互联网和电影产业的融合已经成为国产电影未来发展的重要趋势。二者从相加到相融,意味着电影的生产与传播正经历数字化转型和格局重塑,也预示着中国电影未来将在充满机遇的环境下,持续探索新时代的内容表达方式和商业模式。

据新华社

国产原创动画爆发 活跃度首超日本



2018年12月18日,在上海,哔哩哔哩弹幕网(后文简称“B站”)首次举行了国创发布会。

今年,B站于11月17日举办了第二届国创动画发布会,带来了27部新的国创预告,其中涉及三体、我为歌狂2等重磅IP。

预告不乏吸睛内容

2019年的预告以数个主题对内容进行了划分。此次,片单被划分为幻想之章、传说之章、愉悦之章、长歌之章四个大章节,另有两部70周年献礼作品。加上去年预告但未能播出的作品,片单包含了40部作品的内容。

而在每一个“章节”中,都有着足够吸睛的内容。起点著名IP的《凡人修仙传》,国产端游标杆之一的《剑网3》,连载多年的《火凤燎原》都走上了动画化的旅程。

《我为歌狂》的续集在预告两年后终于放出了正式的PV,预告着明年将会归来。

《请吃红小豆吧》与《罗小黑》分别迎来了新的预告,一个将会迎来第三季的动画,另一部作品9年27集的“记录”也将变成历史,将会迎来周更。

拥有广大粉丝基础的墨香铜臭《天官赐福》动画化消息引来了粉丝的弹幕刷屏。另一方面,或许,获得雨果奖最佳小说的《三体》,第一部成功诞生的改编作品将会花

落B站。

去年的《领风者》今年迎来了“CP”《追梦者》,一同而来的还有《精忠报国》。

今年的B站对新作品的分类,似乎依然并非按照某一个十分定性的主题,但是其中也有着一定联系。

更多新作让人翘首期待

而某种意义上,更加亮眼的则是片单最后的“即将上线新作”。

多达13部的作品,涵盖了包括《镇魂街 第二季》《我家大师兄脑子有坑》《大王不高兴》等备受瞩目的项目。

这些作品早在2018年就进行了预告,而2019年只剩最后两个月时依然没有上线。

不过,有关这部分内容,在相关的报道中,哔哩哔哩版权资深总监张圣晏也对此做了回应。表示这“跟国产动画的工业化程度有关,也跟B站对于品质的追求有关。”而这些咕了一年又标注“即将上线”的作品,现在他也“立FLAG了”,“明年都是能上线的”。

这事实上也是一个行业内存在的问题。国内市场下游产业不完善,盈利回本慢,企业生存更难,而从业人员的工作内容繁重、工资更低,能够常年留下的从业者都是对动画行业包含热爱的。

尽管在近几年,动画行业逐渐兴盛,《西游记之大圣



归来》更让许多公司尝试投资动画电影,不过,行业困境、人手和成本问题依然影响着非顶级的动画公司。

不必悲观国创的将来

“2018年B站国创区的总播放量达24.5亿。同比增长50%。用户总播放时长达2.6亿小时,国产原创动画这些年的成长,B站的感受最为真实。”

“2019年,国创区上线104部作品,首次追平日本番剧供应量。同时,国创区MAU也第一次超过番剧区,总播放时长破3亿小时。国创已经成为B站第一大专业内容品类。”

两次B站国创区发布会,B站副董事长兼COO李旎都进行了相关的演讲。有关国创区的发言让人看到了更多希望。

艾瑞咨询的相关统计也更加直观。

而这份2019年3月发布的报表,其数据对于2020年的预告,在《哪吒之魔童降世》“大闹”中国电影市场、动画电影市场之“海”后,或许也将成为一个堪称保守的预估。

尽管只是中国动画界的一小部分,B站与动画公司们又一次的动作,都将会为中国动画产业工业化添砖加瓦,代表着中国动画行业的重新复苏与成长。

据新华网