

第四届网影盛典“论功行赏”，44个奖项“名花有主”，上半年有37部网络电影票房分账破千万元

网络影视流量红利效应显现

日前,2020 青岛影视博览会在山东青岛西海岸新区举行。本次影博会推出了主题活动、高峰论坛、项目路演、影视创投会、主题展览等一系列活动。

结合行业数据、专家评审、艺术表现等综合维度,本次影博会上举办的第四届网影盛典对 2019—2020 年在互联网平台播放的剧集、网络电影、网络综艺、短视频进行了评选,设立“年度最佳剧集”“年度最佳剧集导演”“年度最佳剧集编剧”“年度最佳剧集男演员”“年度最佳剧集女演员”“年度最佳网络电影”“年度最佳网络综艺”等 44 个奖项,以表彰对互联网影视行业发展作出突出贡献的影视人和影视公司。

其中,《隐秘的角落》作为今年豆瓣首部评分突破 9.0 的作品,荣获“年度最佳剧集”奖项;《琉璃》以精良制作收获了超高人气,成功拿下“年度最受欢迎剧集”荣誉;今年作品不断的谭松韵,凭借近期大热的《以家人之名》获得“年度最佳剧集女演员”荣誉;而张译则通过《光荣时代》中的精彩表现成功将“年度最佳剧集男演员”荣誉收入囊中。

会上公布数字显示,随着网络视频行业市场规模不断扩大以及国家治理体系不断完善,互联网影视产业发展态势持续向好。尤其疫情期间,互联网影视产业蓬勃发展,担负起越来越多的社会责任和文化担当。2020 年上半年,有 37 部网络电影票房分账破千万元,网络电影报备数量暴增,大众线上观影习惯的转移为网络电影带来流量红利。



2020 版《奇门遁甲》海报



《倩女幽魂：人间情》海报



《狙击手》海报



《鬼吹灯之龙岭迷窟》海报

A 全网上线 391 部,37 部票房分账破千万

据云合数据,2020 年上半年全网上线 391 部网络电影,其中爱奇艺上线 176 部,优酷 114 部,腾讯视频 86 部,PPTV6 部,搜狐视频 6 部,西瓜视频 3 部。

作为第一阵营平台,爱优腾占据了市场总数的 96.2%。PPTV 和搜狐视频正在逐步退出市场,西瓜视频则今年才开始入局试水,尚未站稳脚跟。

上半年全网上新 391 部,创历年上新数量新低。不过与 2019 年同期的 438 部相比,其实只减少了 47 部,下降幅度并不算大。

从 1—6 月网络电影的上线数量来看,上新数量最高的 3 月份为 72 部,最低的 2 月份为 57 部,大多数时候在 65 部左右浮动,市场基本趋于稳定。

在上半年上线的 391 部网络电影中,有 37 部票房分账破千万,创网络电影历史之最,占比高达 9.5%。也就是说,每 10 部网络电影,差不多就有一部分分账破千万。这已经是一个非常高的比例。要知道,2019 上半年

同期 438 部网络电影,破千万影片仅 15 部,占比仅 3.4%。

在破千万的 37 部影片中,古装奇幻题材高达 22 部,依然是毫无悬念的票房主力。

军事动作题材占比 5 部,其中《狙击手》和《灭狼行动》分别以 3037 万和 2013 万的票房分账,位列票房榜第三和第八,表现出了极强的票房号召力。

此外,《巨鳄岛》《陆行鲨》《变异狂蟒 2》等怪兽片也都票房突破了千万。《大鱼》《野王》虽然带有“怪兽”元素,但其实并非纯粹的怪兽片,但票房表现同样不俗。

现实题材仅《我来自北京之过年好》和《疯狂老爹》上榜,且两部作品均出自爱奇艺,这或许源于爱奇艺对新题材的鼓励和扶持。考虑到现实题材拍摄成本相对较低,如果算投资回报率的话,这两部的投资回报率可不一定比榜首的大制作低。

值得一提的是,在 37 部破千万

的网络电影中,根据 IP 改编的占到了 17 部。

除了《封神榜·妖妖》《狄仁杰之深海龙宫》《大天蓬》等改编自公版 IP 之外,《奇门遁甲》《倩女幽魂：人间情》《少林寺十八罗汉》均取得了原版权授权,且 IP 构成变得丰富多元。

其中,《奇门遁甲》既是热门的古装奇幻题材,又是改编自经典 IP,还采用了爱奇艺和腾讯视频双平台联播的模式,最终以 5641 万总票房分账打破了网络电影的票房纪录,也给行业带来了诸多启示。

上半年有 4 部网络电影改编自“天下霸唱”的小说 IP,分别是《鬼吹灯之龙岭迷窟》分账 3017 万,《鬼吹灯之龙岭神宫》分账 2057 万,《云南虫谷之献王传说》分账 1776 万,《牧野诡事之秦岭龙窟》1068 万。

此外,《追龙番外之十亿探长》来源于院线电影《追龙》,《陈情令之乱魄》则衍生自网剧《陈情令》,《雪豹之虎啸军魂》是热播剧《雪豹》的电影版,均取得了不错的票房成绩。

B 新兴产业对人才的渴求十分迫切

顺应网络影视发展大势,在 2020 青岛影视博览会上,网络影视新生态系列探讨成为业内人士广泛关注的重点。

“要想做出优质的网络电影,在同样制作规模下,确定网络电影的个性、属性和气质,制片人和监制的作用很重要。监制不只是找投资和演员,更多的是定方向。”导演高群书说。

北京广播电视局网络视听节目管理处副处长崔乐表示,网络影视作品近年来发展迅猛,题材也呈现出多元化的趋势,特别是现实主义题材作品越来越受到关注,“比如,在‘讲好中国扶贫故事’优秀北京网络视听节目创作行动计划中,《毛驴上树》这部作品就成为一个标杆级、现象级的作品。”

“院线电影就是把观众关在一个‘黑箱子’里,正常看院线电影的人是不会退场的,也没有弹幕功能。但是对于网络电影来说,观众会随时放弃。网络电影可能需要一种节奏感、视觉

感。在抓住网络用户的同时又能够不断把一些观念传递给他们。”企鹅影视副总裁常斌说。

网络影视该怎样借助营销做出爆款呢?映美传媒联合创始人张余认为,内容和营销可能占到了 6:4 的比例,内容首先要通过营销把它推向市场,然后再通过内容本身的能力去营造自己的口碑,引导相关核心的人群进行集中观影,形成新的流量。“把钱花在刀刃上,为自己的营销找好准确的发力点,找到 20% 的核心观众,以 20% 的稳定流量影响剩余 80% 的人。”

网络电影作为新兴产业,处于快速发展阶段,对于人才的渴求十分迫切,也呼唤着更多高水平的制片人、演员等加入。淘梦创始人阴超表示:“我们在年轻导演、年轻编剧的培养上要有更好的突破;题材方面,我们希望跟传统的主旋律内容有更深的结合。希望网络电影向下扎根,同时能够助力中国电影向上开花,以这样的方式去培养一批又

一批的人才,做一些更有意义的事情。”

梦想正在照进现实。对于网络电影的发展,国家相关部门也予以了大力支持。广电总局网络视听节目管理司宣传规划处徐依然介绍说,一个全新网络编剧孵化平台——“广电总局网络视听节目 IP 征集库”正在搭建,预计在今年年底或明年年初上线,将广泛调动网友的创作力量,推动网络影视创作发展。

“在网络影视项目的扶持和孵化政策上,广电总局已开展网络视听节目精品传播创作工程,对入选工程的孵化项目,从项目立项规划、特殊题材写审及后续上线审查等各环节,进行全程扶持指导。”徐依然说。

而在网络影视项目路演创投会上,10 个影视项目现场路演,《蓝蝶》《逆风而行》《赵子龙》等 7 个项目最终入围路演终审环节,并与投资方成功签约。

据新华网