



上海国际电影节互联网影视峰会举行主旨论坛

三份重磅报告 把脉市场风向

羊城晚报记者 龚卫锋

6月8日,2021年上海国际电影节互联网影视峰会主旨论坛发布《中国视听新媒体发展报告(2021)》《2020网络原创节目发展分析报告》以及《中国网络视频精品研究报告(2021)》三份重磅报告。报告中“银发网民”“短剧”“乡村影视”等关键词备受关注。



陆地

A

《中国视听新媒体发展报告(2021)》: 网络视听产业规模持续扩大

《中国视听新媒体发展报告(2021)》指出,网络剧已走向追求品质的良性轨道,对反映时代变迁、人民生活、内心需求的现实题材的追求已深入创作者内心。网络电影生产能力水平取得突破,现实题材作品层出不穷,成为聚焦新时代主题创作的重要新生力量。网络综艺正在摆脱“有意思没意义”的创作惯性,报告提到《戏剧新生活》《这!就是街舞3》《乐队的夏天2》等高分综艺,从不同领域切入,聚集传播正能量。

报告显示,主流媒体短视频业务更加活跃。2020年,中央级广电媒体在抖音、快手的账号数量为294个,省级广电媒体账号数量达到5716个,同比分别增长164.86%、745.56%,其聚焦主题、服务



“中国青年动画导演扶持计划” 助力国漫崛起

羊城晚报记者 龚卫锋

在今年上海电视节上发布的《2020网络原创节目发展报告》数据显示,动画行业发展迅猛,网络动画片数量从2019年的288部,增长到2020年的396部。“中国风”成为2020年网络动画片的亮丽主题。6月8日,2021腾讯在线视频金鹅荣誉暨中国青年动画导演扶持计划论坛在上海举办。会上,中国青年动画导演扶持计划发布,同时,导师团嘉宾围绕国产动画产业的发展痛点与机遇,回应了三大焦点问题。



焦点:国产动画从业者在关注什么?

当天,《斗罗大陆》系列动画总导演沈乐平、《魔道祖师》动画导演熊可、《西行纪》动画总导演麦正乐、好传动画CEO尚游、艾尔平方CEO李姝洁、分子互动CEO徐博等嘉宾,回应了近年动画从业者关注的焦点问题。

问题一:
想拍什么类型的作品?

沈乐平:希望每一部作品尽可能不要重复之前的风格。即使前一部作品取得了一定的成绩,也不希望去复制。所以,即使《天行九歌》《秦时明月》号称“姐妹片”,但实际上两个制作工作室都非常努力区分风格,希望做出差异。此外,我们对《斗罗大陆》做了东西方元素混合的全新尝试,对《吞噬星空》作了全新科幻元素的包装,还将对《鬼刃》作动画改编创作。

熊可:只要是新的东西,我就想做。我们想把更多新技术、创意和传统二维动画作一些结合。二维动画里能包含很多技术,但我们要有时间以及好项目支撑它。

麦正乐:爱运动的年轻人很多,我想做关于运动的片子,想从这些题材上带动年轻人。

尚游:我们想做能挣钱的片子。什么片子能挣钱?挣钱意味着什么?那意味着你被更多的人接受了。说到底,我们希望能做走进更多普通观众心里的作品,从公司角度是这样,从创作者角度也是这样。

徐博:我会从几个维度来思考想做的类型。首先是在商业上能成功。我做一个作品IP,通过不同商业手段算账,判断它能否赚钱,同时评估口碑、流量。站在纯创作层面,我们想做精品的“泡面番”,无论像《蜡笔小新》,还是像情景剧《我爱我家》《武林外传》这种IP,它可以有很

B

《2020网络原创节目分析发展报告》: 现实题材网剧受创作者青睐

《2020网络原创节目分析发展报告》指出,2020年的网络原创节目呈现了“优秀节目日益丰富,供给能力不断提高”的良好局面。

网络剧方面,2020年共上线230部作品,比2019年增加28部。其中,现实题材网络剧受到创作者青睐,占比达70%。《沉默的真相》《我是余欢水》等作品,收获不俗口碑及热度。在短剧风潮引领下,2020年的网络剧更加精炼——230部上线网络剧中,12集短剧共80部,占比35%;24集的剧集共46部,占比20%。相比之下,几年前常见的40集以上的剧集仅有6部,占比2%。用户的消费习惯也在悄然改变,30%

的网络剧,59%的网络首播电视剧实现了超前点播。调查中,有66%的观众表示使用过超前点播功能,累计花费10-50元的观众占比达到30%。

其他门类同样表现不俗:网络电影上线数量从2019年的638部增至2020年的659部,其中,现实题材网络电影生产创作势头活跃。2020年,分账超过1000万元的网络电影共计60部,同比增长76%;网络综艺上线数量从2019年的221档增至2020年的229档。2020年,网络纪录片上线数量从2019年的150部增至2020年的259部。其中,记录、书写、讴歌新时代的作品层出不穷。

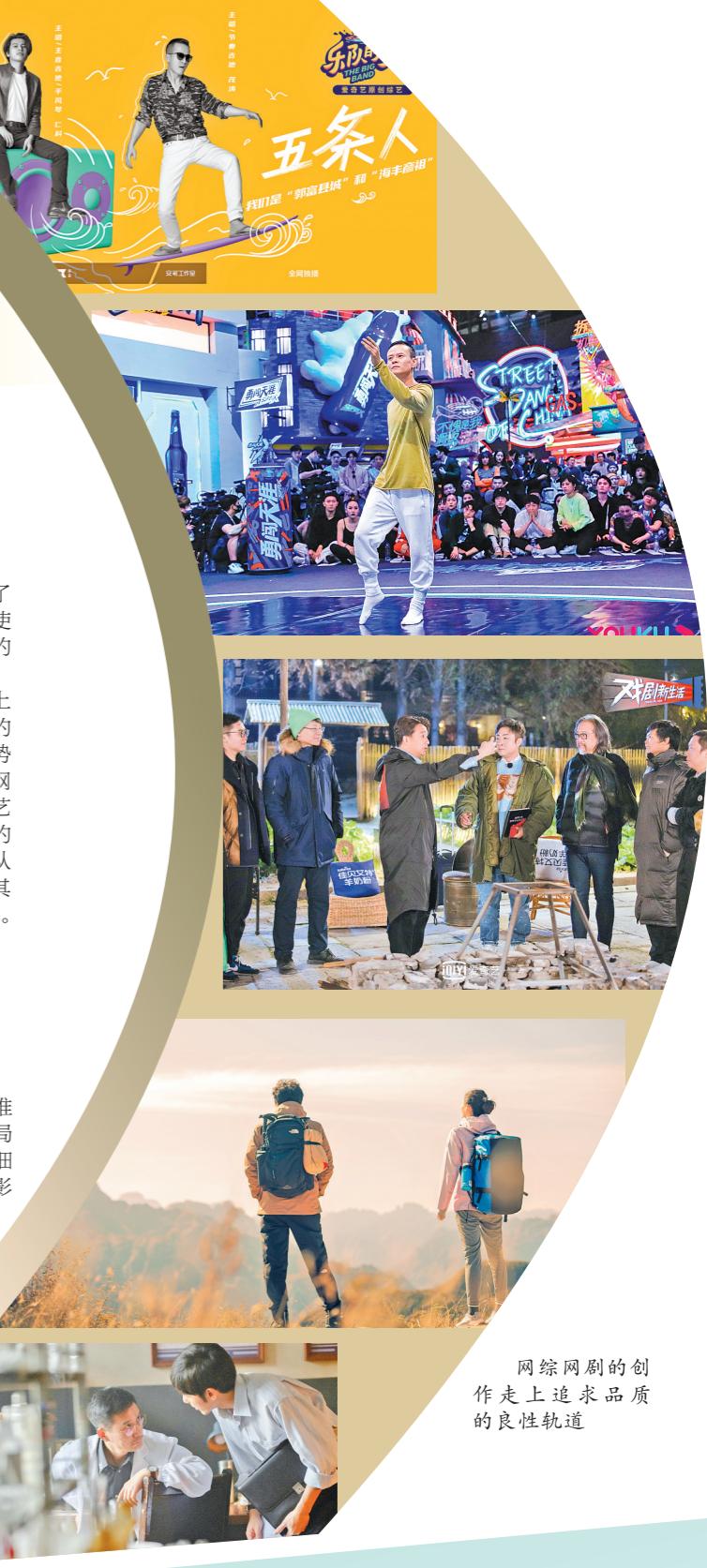
《中国网络视频精品研究报告》: 乡村网络影视成为新增长点

北京大学视听传播研究中心主任陆地发布了《中国网络视频精品研究报告(2021)》。该报告由国家广播电视台总局发展研究中心、上海国际影视节中心和北京大学视听传播研究中心连续第四年展开调研并推出。

陆地用“桃花源”形容网络视频行业正在寻找的空间和机遇,报告认为新的增长点需要到“黄发垂髫,怡然自乐”的年龄段和“阡陌交通,鸡犬相闻”的乡村中寻求。报告指出,当新网民的生力军是青少年和老人时,行业应更积极思考如何为这一“老少”群体,布局适合他们的视听文化内容。同时,网络视频去年在农村地区的普及和打通了“最后一公里”,如何做好乡村互联网影视经济,也值得从业者思考。

此外,这份报告还直面长视频平台遭

遇短视频内容挤压以及“同行内卷”的难点,提出“鲜桃一个好过烂杏一筐”的破局之道——“鲜桃”,指内容上追求精耕细作,实现品质输出;“烂杏”,指互联网影视市场曾经的粗放生产策略。陆地称:“精品不但我们本民族的人、这代人喜欢看,不同国家的人、下一代人仍然喜欢看。”他强调:“随着用户欣赏品位提高,他们会在数量和强度上加强对精品的需求,生产企业、企业如果不生产更多精品,今后很有可能被边缘化甚至被市场淘汰。”



网综网剧的创
作走上追求品
质的良性轨道

腾讯在线视频创作者生态大会: 长中短视频计划 多维扶持创作者

羊城晚报记者 龚卫锋

6月8日,腾讯在线视频创作者生态大会在上海举行。腾讯公司副总裁、腾讯在线视频总裁林松涛在会上分享了腾讯在线视频(简称OVB)的平台愿景,不同代表还上台发布了长中短视频的“游戏新规则”,优质内容今后将在该平台获得更加丰厚的收入回报。



长、中、短视频的协同发展,已成为行业现阶段亟待解决的问题。同时,用户对“一站式”在线娱乐的强烈需求,也给视频平台带来了机遇。林松涛认为,未来十年,在线视听行业将是互联网的最大红利之一。他表示,在长、短视频共生共荣的行业趋势下,OVB将致力于成为“科技和艺术驱动的视频娱乐引领者”,

四个方面助力创作者

并加大对创作者的扶持力度,“我们希望能帮助中、短视频创作者实现赛道切换,为中视频扩大创作源;同时,我们还会帮助长视频创作者开拓新领域、扶持短视频创作者成为‘头部玩家’”。

林松涛指出,平台整体上将具体从四个方面助力创作者。第一是IP共创。他说:“我们将把文学、动漫、影视、游戏、音乐等多个领域的IP资源开放给创作者,他们深入开发优质IP,延长IP的生命周期。同时,我们也将提供完善的IP生态链创建工具,帮助创作者打造自己的专属IP。”



第二是技术共享。他说:“我们可以为内容提供基于算法的精准分发,让内容定向触达目标用户。我们也可以为创作者提供便捷的内容制作工具,帮助他们提升内容出品效果。”

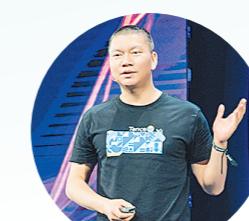
第三是商业共赢。他说:“除了不断完善分账体系,我们也将进一步开放商业化系统,通过联动腾讯视频、腾讯微视、腾讯应用宝,为创作者带来更多商业收入。”

第四是文化共振。他说:“我们希望在为创作者服务的过程中,与他们实现灵感碰撞。”



三大赛道都有新举措

超过100部精品剧集。现场,腾讯在线视频平台运营部副总经理李啦宣布将推出“火星计划2.0”,分别提供面向B级、A级、S级作品的保底收益。同时,平台将打造全新的“微剧场”,保证每日更新,为用户带来大量15-15分钟,定位明确、人设鲜明、剧情精彩、价值正向、制作精良、横竖皆宜的微剧。



长视频:
建设付费点播生态

在长视频领域,腾讯在线视频将持续推进分账合作。腾讯在线视频副总裁何毅进宣布了全新分账规划,鼓励原创内容。此外,VIP开放平台还将建设流媒体付费点播生态,打造公开透明的在线票务平台。

中视频:
打造全新的“微剧场”

在中视频微剧领域,腾讯在线视频已持续推动“火星计划”,探索微剧创新,目前已释放了150余个IP,打造

短视频:
开放1.5万部IP版权

在短视频领域,腾讯在线视频将升级创作者平台,融合

腾讯视频和腾讯微视,实现平台接入、生态多端运营与商业多样变现。腾讯在线视频产品部副总经理、平台运营部副总经理陈鹏公开了针对短视频的新规划。第一是推出“娱乐繁花计划”,陈鹏说:“平台面向创作者开放1.5万部电影、剧集、综艺版权,打造一站式智能剪辑工具平台,扶持内容变现。”第二是推出“游戏星光计划”,融合私域运营和游戏变现,创造多元的商业变现模式。第三是推出“π+Σ计划”,打造“流量分账+电商带货+知识付费”的多元化商业模式,对拥有IP资源的头部合作方,给予强势资金扶持和宣推资源,实现PC、手机等多端全场景分发。



《吞噬星空》