

获24项奥斯卡提名 奈飞动好莱坞奶酪

■ 奈飞在近段时间可谓是出尽了风头,不仅在第92届奥斯卡金像奖获得24项提名,超过其他好莱坞制片厂,1月15日据媒体报道,高盛资深股票分析师Heath Terry也评价称,未来一年奈飞的业绩将超过市场普遍预期。流媒体加入内容制作主力阵营无疑是大势所趋,奈飞自身也不甘愿只做一个平台,并想在内容层面深入布局。但相比迪士尼等老牌内容制作商,奈飞仍是新手,未来还将有很长一段路要走。■



第92届奥斯卡金像奖奈飞获提名情况

累计获得24个提名,超过其他所有媒体公司

- 《爱尔兰人》获得10项提名
- 《婚姻故事》获得6项提名
- 《两位教皇》获得3项提名
- 《克劳斯》获得最佳动画片提名
- 纪录片《美国工厂》《民主的边境》和纪录片短片《生活战胜我》也获得提名

创流媒体纪录

1月15日据媒体报道,Heath Terry在一份报告中表示,尽管自三季度财报公布以来,随着投资者预期基本趋同于奈飞的公司指引,该股表现优于大盘,但高盛仍然认为,未来一年奈飞的业绩将超过该公司指引和市场普遍预期,推动股价表现更佳。

而奈飞近日的好消息并不仅限于此。美国东部时间1月13日,第92届奥斯卡金像奖提名名单正式公布。奈飞获得了24项奥斯卡提名,超过了今年获得提名的其他所有媒体公司,打破纪录,成为奥斯卡历史上提名最多的网络流媒体服务商。且在奈飞提交的电影作品中,导演马丁·斯科塞斯的《爱尔兰人》获得了10项提名,由斯嘉丽·约翰逊主演的《婚姻故事》实现6项提名,其第一部动画片《克劳斯》也获得了最佳动画片的提名。此外,奈飞的传记式电影《纪录》等也均获得提名,覆盖了多种题材类型。

事实上,奈飞于奥斯卡奖提名名单大出风头前,在去年12月的第77届美国电影电视金球奖上,也曾凭借17项提名遥遥领先。而奈飞也早已流露出对内容的野心,并在近年来

不断加深布局。

公开资料显示,早在2013年,奈飞曾豪砸1亿美元拍出一部只有13集的电视剧《纸牌屋》,该剧为奈飞带来超过1000万的新增付费用户,尝到了自制内容带来的甜头。随着美国流媒体市场原创内容的竞争日益激烈,奈飞继续在内容方面加大投入。其中在2018年,奈飞在原创内容方面的支出便已超过120亿美元,同时平台原创内容超过700部;随后在2019年,奈飞则宣布在原创影视领域的投入将提高到150亿美元,这一预算超过亚马逊、迪士尼、苹果视频等竞争对手。

北京大学文化产业研究院副院长陈少峰表示,流媒体市场竞争日益加剧,奈飞要保持领先地位,就必须做好独家、自制内容,这也意味着会涉及到大规模的投资。

加码自制

奈飞之所以频频深入内容领域,也当下流媒体的市场发展现状密不可分。

影视行业分析师周阳认为,奈飞选择加码自制内容的投入,是顺势而为也是无奈之举。作为最先领跑流媒体赛道的平台,奈飞前

期主要靠内容采购来丰富平台内容,充当内容传播渠道的角色。但随着流媒体市场的发展,越来越多老牌影视公司开始推出自己的流媒体平台,播放自己的自制剧,甚至像迪士尼一样,选择与奈飞终止合作。这种趋势导致奈飞失去了大量优质独占内容,也让奈飞看到自己做内容的重要性。

值得注意的是,老牌影视公司相继开始推出自己的流媒体平台,切断与奈飞之间的内容合作,不仅令奈飞对用户的内容吸引力有所下降,也难免会抢夺奈飞的用户。

以迪士尼推出不久的迪士尼+为例,该平台被业内认为是奈飞的重要竞争者,并在线上第一天就吸引了1000万订阅用户,而去年12月曾有调查数据显示,奈飞20%的用户已经订阅了迪士尼+,另有19%的用户表示可能在一个月左右的时间,便已引起奈飞近四成用户的关注,且有两成用户已订阅迪士尼+。

“布局内容是奈飞的竞争策略。它的竞争策略就是打造精品剧集,吸引用户付费。”新元文智创始人刘德良指出,流媒体平台核心收入来源是广告费以及用户付费,它要吸引用户付费自然而然要推出精

品自制内容,以激发用户付费欲望;与此同时,通过自制内容也能帮助奈飞塑造独家内容经营优势。”

挑战加剧

不可否认的是,流媒体已成为当下的发展趋势,而这也让流媒体推出的相关影视作品占据更高的地位,并更加频繁地出现在重要奖项的评选活动中。据Roku此前发布的一项研究报告显示,在未来五年内,有6000万美国家庭仅通过流媒体方式观看电视内容,且从发展趋势来看,流媒体观众数量即将超过传统付费电视用户数量。而在中国市场,流媒体也有着不小的影响力,且数据显示,国内的流媒体平台订阅用户数量已实现破亿。

刘德良认为,流媒体已经成为影视剧核心平台;流媒体市场份额比例日益提高,这次奖项评选反映了市场的变化,也反映出流媒体在消费者、行业内的地位在加速提升,这也会是必然趋势”。

但奈飞的内容布局也并不是每部作品均能得到市场和用户的认可《十二宫骑士:圣斗士星矢》便是其中一个案例。公开资料显

示,该作品是奈飞在二次元领域的尝试和布局,并因IP的属性在前期受到诸多用户和粉丝的关注。然而,该作品上线后,却褒贬参半,并有不少用户对作品的特效、剧情以及细节处理提出质疑。

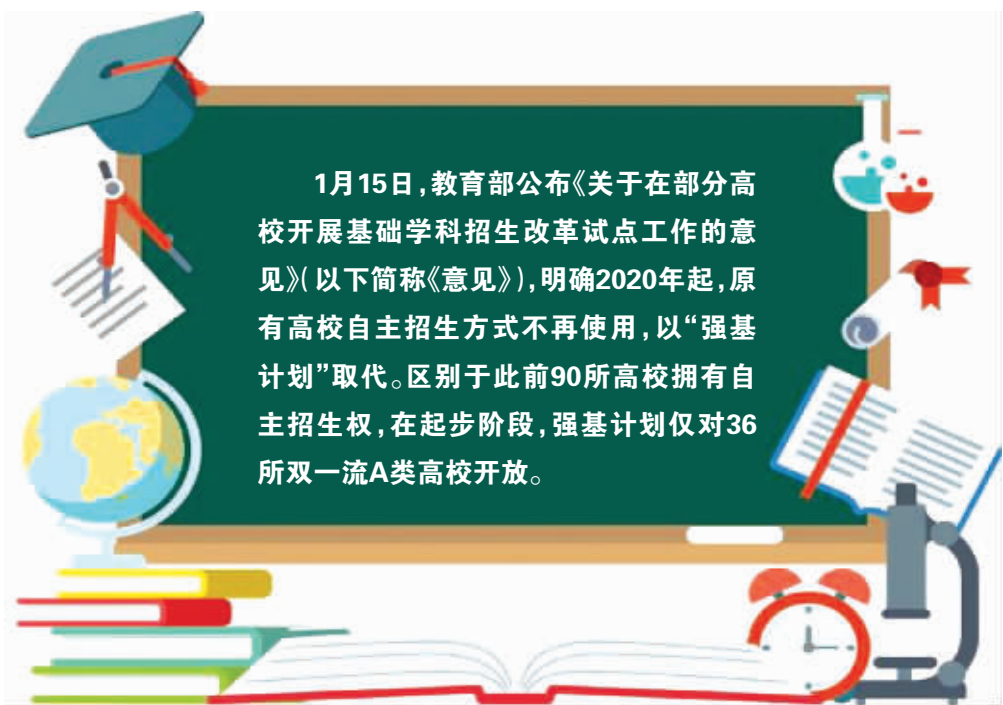
与此同时,随着各方加入到流媒体战局中,奈飞也将面临更加激烈的市场竞争。在刘德良看来,奈飞是第一家用户规模体量较大,且精品内容体系已获得市场肯定的流媒体平台,因此大规模的用户群与强大内容制作体系已成为奈飞的独特优势。

但是,流媒体行业的玩家越来越多,包括迪士尼、苹果都在推出自己的流媒体平台,市场份额的竞争会日益激烈。奈飞、迪士尼、苹果这三家流媒体平台都有庞大的用户基础,但对比之下,奈飞只是一个流媒体平台,而苹果拥有庞大的硬件和软件内容结合的产业生态,迪士尼则拥有线上内容、线下乐园等组成的完整产业链。

周阳表示,未来流媒体的赛道可能会更加拥挤,面对迪士尼这种已经加足马力展现独占内容优势的竞争对手,奈飞可能还需要在自制内容上投入更多。但同时,奈飞也需要关注多元化业务发展。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 伍碧怡

36所双一流大学将试点强基计划



1月15日,教育部公布《关于在部分高校开展基础学科招生改革试点工作的意见》(以下简称《意见》),明确2020年起,原有高校自主招生方式不再使用,以“强基计划”取代。区别于此前90所高校拥有自主招生权,在起步阶段,强基计划仅对36所双一流A类高校开放。

《意见》指出,强基计划以考生综合成绩为人围与录取标准,其中高考成绩所占比例不得低于综合成绩的85%。

对于具有突出才能和表现的考生,《意见》也提出,有关高校可制定破格入围高校考核的条件和破格录取的办法、标准,并提前向社会公布。

不过,高考成绩依然会被纳入考核,《意见》明确,破格录取考生的高考成绩原则上不得低于各省(区、市)本科一批录取最低控制分数线。

“在保证公平公正的前提下,探索建立多维度考核评价考生的招生模式。”教育部学生司相关负责人指出。

教育专家熊丙奇指出,其实与十年前的高考相比,如今的高考已大不相同。2008年的高考升学率只有57%,高等教育毛入学率只有

23.3%;而今年加上高职扩招,我国各地的平均高考录取率可超过85%,同时高等教育毛入学率达到50%,进入了高等教育普及化时代。在高等教育进入普及化时代后,高考已经不再“一考定终身”,社会舆论也要转变“高考一考定终身”的传统观念,让高考回归平常。

对于强基计划的具体实施,《意见》明确,起步阶段,在部分“一流大学”建设高校范围内遴选高校开展试点,其中包括北京大学、清华大学、中国人民大学、北京航空航天大学等36所大学。

中国教育智库联盟新高考研究中心高级研究员张明宇认为,新规符合国家和国际竞争趋势。在近几年的国际竞争中,基础学科的教育都是核心话题之一。也就是说,我们的高精尖人才培养一定要以数学、物理等这种基础学科为起点来培养,基础学科人才是中国

未来核心竞争力之一,所以新规才提出类似自主招生的“强基计划”。

强基计划与自主招生的另一大差别就是,强基计划将对考生进行特殊安排,而非与普招生共同培养。上述负责人介绍称,相关高校对自主招生录取的学生在培养方式上未作特殊安排;而强基计划录取学生将实行小班化、导师制,并探索本-硕-博衔接的培养模式。

那么强基计划的实施对于学生来说会有哪些改变呢?有业内人士表示,从某种意义上来说,强基计划降低了考生进入高校的报名门槛。因为原自主招生报名时,考生有竞赛证书、专利等,就相当于一块“敲门砖”。但现在自主招生取消了,高校在录取时重点看高考成绩、综合考核结果和综合素质评价情况。比如,即使考生没有竞赛证书,但其高考成绩及综合素质评价等排在前列,也可以报名参加,若符合录取条件也会被录取。

同时,该人士认为,此前高校里常坐“冷板凳”的专业,在这次改革中将成为国家重点发展专业。原高校自主招生里,部分高校取消文科专业类计划,但改革后,这些文科专业也将再次崛起。因为强基计划主要选拔有志于服务国家重大战略需求且综合素质优秀或基础学科拔尖的学生。突出基础学科的支撑引领作用,由有关高校结合自身办学特色,重点在数学、物理、化学、生物及历史、哲学、古文字学等相关专业招生。

此外,《意见》明确,不得以任何形式组织与强基计划招生挂钩的冬令营、夏令营及考核工作,或委托个人或中介组织开展报名、考核等有关工作;高校招生工作人员、专家评委不得参与社会机构组织的各类培训、辅导活动。北京商报记者 陶凡 常蕾

小众旅游地民宿春节价格大涨

北京商报讯(记者 关子辰)临近春节,民宿预订呈现火热态势。1月15日,北京商报记者从多个民宿预订平台了解到,春节期间国内民宿出游将增长2倍左右,而出国游预计将有3倍以上的增长。特别值得关注的是,二三线城市受到热捧,部分热门地区预订量超过100%。由于预订量大幅增长,部分小众旅游城市民宿价格也水涨船高,一些城市民宿价格甚至超过千元,高过以往北、上、广等热门一线城市。

根据途家网提供的数据显示,春节期间,湖州民宿均价超过2000元,为今春最贵城市。此外,河源、三亚、清远、常州、苏州、珠海、陵水、西双版纳、凉山等城市春节期间的民宿均价超过千元,甚至还包含一些旅游三四线城市,可见消费潜力之大。反观此前,民宿价格较高的城市均为厦门、三亚、北京、广州等大城市,均价也不过在500-800元之间。

业内人士指出,由于一线城市民宿房源量较大,因此今年北京、广州、上海、厦门、成都、重庆、西安等城市民宿价格较平稳,均价未超千元。而一些小众旅游目的地民宿房源数量没有那么多,因此在预订量持续增加的情况下,房价也就出现了大幅度的上涨。

具体就出游时间来看,国内出游的热度则集中在大年初一、初二、初三,途家网相关负责人表示,不少人都是大年初一拜年后,再纷纷动身出游。因此这些城市民宿价格较高的几天主要集中在大年初一到初四。

在出行时间方面,根据途家网提供的春节旅游数据还显示,春节期间游客平均出游3.2天,出游时间在1-2天的超过60%,出游时间在3-5天的约为33%。另一

边,据民宿预订平台爱彼迎显示,春节7天假期,爱彼迎预订量也大幅增加,一些用户的平均预订时长甚至达5.2晚。

就预订人群画像来看,在民宿预订人群中,千禧一代无疑占据了主流,占比超过70%。这其中大多数预订人群为3人及以上的家庭,这部分出游比例接近50%;此外,携带父母和孩子同游也是千禧一代出游的新常态。

千元

春节期间国内民宿出游将增长2倍左右,由于预订量大幅增长,部分小众旅游城市民宿价格也水涨船高,一些城市民宿价格甚至超过千元。

此外,今年民宿预订还有一大新趋势,即“反向春运”的人群有所增加。与以往春节期间一线城市有空闲的情况不同,根据爱彼迎数据,北京、广州、上海等一线城市位列全国春节期间最热门目的地前三名。如今“反向春运”去大城市越来越受到年轻人追捧。

小猪短租联合创始人兼COO王连涛表示,目前国内民宿市场呈现个性化发展,由于春节出游多以家庭为主,因此很多2-3居室品质化民宿备受青睐,而像三亚等地区,一些别墅、私家泳池等高品质民宿也受到亲子家庭的欢迎。此外,在民宿安全保障方面,各平台也做了相应的工作,以确保更多的游客可以安全出游。