

不足百万成本文艺片频入围电影节大奖

一家小影视公司玩转文艺片的诀窍

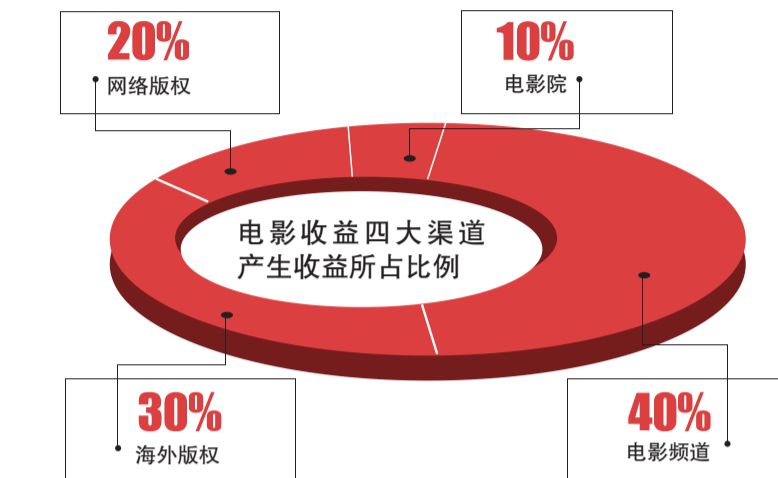
在刚刚结束的香港国际电影节上,要说最引人注目的影视制作公司非天画画天文化传媒有限公司(以下简称“天画画天”)莫属,不仅6部电影同时参展电影节,其中一部制作成本还不足40万元的电影,更是直接入围主竞赛单元。相较于华谊兄弟、保利博纳这类的大型影视制作公司,主营文艺电影的天画画天在资金支持、大牌导演和影视明星资源等方面,都很难与之抗衡。但就是这样一家小公司,却走出了一条专属于艺术电影的营销之路。

依靠影展推动全部电影宣传

一提起艺术电影,人们总会不自觉地将其与小众一词画上等号。在北京商报记者采访的过程中,采访对象听到如今有这样一家电影公司只做艺术电影时,更是直接笑着反问:“怎么会有这样的公司?做艺术电影还不赔死!”

带着疑问,北京商报记者经过多次联系,采访到了天画画天总经理杨城,当被问到公司目前的经营状况时,他表示每年的经营状况都能收支平衡,“要说艺术电影的经营经验,首先就是用影展推动电影宣传!可以这么说,我们的电影除了戛纳和奥斯卡没参加过,其他估计业内知名的电影节基本都参加过了”。

几年前,天画画天出品的第一部电影《光棍儿》在参加西班牙电影节时,导演郝杰建议把影片中的几位主演也一同带到电影节上走红地毯。他们平均年龄都在六七十岁左右,一辈子都在农村种地。当他们第一次走在西班牙电影节的红地毯上时,毫不怯场,也和那些欧洲的女明星们一同给当地影迷签名。这一幕,被当时多家国内外媒体记录下来,许多国内热衷于该影展的影迷开始出于好奇,关注到了这部电影。随着影响力的扩散,这部电影在土豆网的点击量已经达到了1260万次。



在杨城看来,影展推动电影宣传的方式其实多少有些无奈,这是没有办法的办法。如今的国产电影制作宣传成本已经越来越高,拿出1000万元只做电影宣传早已经不是什么新鲜事。但对于天画画天出品的电影来说,投资最高的一部也就150万元左右。“一方面,我们根本没有这方面的预算;另一方面,我认为不同的电影有不同的运营模式,因为我们的电影成本比较小,题材又比较小众,即使花再多的钱去宣传,也很难有成效。参加海外电影节是个再好不过的方式,在获得国际认可的同时,还能对影片在国内市场的影响起到间接宣传作用。”杨城表示。

此外,公司在盈利渠道的拓展上采取了“四管齐下”的方式,即海外版权、电影频道版权、网络版权、艺术电影院同时发售。如果在电影频道卖得好的情况下,产生的收益是最大的,可占到总收益的40%。“然而影院票房收益往往是最小的,放映个一年半载,最后也就分几万元。”

五五分账模式是亮点

在业内,天画画天曾在导演宁浩和贾樟柯那里受到好评,提到这个称号时,杨城笑着表示:“他们之所以会这样称呼我们,主要是因为公司五五分账的模式。”

所谓五五分账模式,就是将影片盈利部分的50%分给导演及其主创团队。这种

分账模式在目前国内的影视公司绝无仅有。“我们的主营业务除了拍艺术电影以外,就是开发年轻导演资源。”杨城坦言,对于许多有潜力的年轻导演来说,他们目前的成长和发展环境都十分困难。以目前公司签约的导演为例,其中有的在与公司签约前,为了拍摄电影已经是负债累累。“我们之所以这样做,就是为了给他们提供更多的机会和空间。”

与此同时,为了挖掘到更多具有潜力的年轻导演,公司在成立之初还建立了一个电影基金,每年都会支持拍摄4部电影项目,两部故事片和两部纪录片。每年的6月都会公开征选导演及其作品,入选后公司会提供一定的拍摄资金和专业的拍摄建议,以及后期参加影展的相关帮助。其实,电影基金能够提供的拍摄资金非常少,以故事片为例,最多只有6万元,但你可千万别小看这6万元。

据介绍,在本届香港国际电影节上,直接入围主竞赛单元,并被官方推荐为“不可错过的一部电影”——《唐皇游地府》,便是通过获得这6万元电影基金拍摄出来的电影。杨城告诉北京商报记者:“到后期制作的时候,整部电影的制作成本应该在30万元左右,这几十万元可能对于商业电影来说,只是做一块硬广告的钱,但是对于艺术电影来说,已经能拍出一部业内外高度认可的优秀作品了。”

对于那些大型的影视制作公司来说,他们往往会由于电影票房、影片影响力等各方面的原因,错过与许多优秀电影人才的合作。杨城举了这样一个例子,试想一下几年前,如果某位影视制作公司的老板,在当年的独立电影节上,慧眼识英地发现了第一次带着自己作品参展的宁浩和乌尔善,那他凭借这两位导演的创作力,早就可以稳赚了。所以说导演对于一家影视公司来说,占据举足轻重的地位。

文艺电影应以“渠道为王”

杨城坦言,尤其对于艺术电影来说,在渠道不畅通的情况下,片子做得再好,宣传做得再多也没有用。因为即使所有的观众都知道了这部影片,也没有地方看。“以现在正在当代MOMA艺术电影院放映的《有人赞美生活,有人则不》为例,我在上海的许多朋友,都知道有这部影片,但就是不知道该到哪里去看。要真想看的话,目前也只能来到北京才能看到。”

据了解,在渠道的拓展上,国内许多热衷于艺术电影的人士,已经做过多番努力。从艺术电影放映联盟的“一城一映”;再到去年《岁月无声》在上海举行的万人看片大会,艺术电影的从业人员都在做着各方面的努力。

针对艺术电影渠道拓展的问题,杨城告诉北京商报记者,在今年,天画画天将在全国各地联合一些影院,组建一个全国性的艺术电影院线,哪怕是一部很小的艺术片,也能做到全国同步上映,让喜欢艺术电影的影迷能够及时看到相关影片,“做院线联盟最关键的就是要形成一个固定的放映周期,今年院线成立后,我们将保证半个月或者一个月至少放映一部电影,当然要做到这一点很难,需要各方面资源的支持,我们也在努力”。

中国电影家协会理论工作委员会会员索亚斌表示,随着院线布局的快速发展,艺术电影院线恰恰可以成为影院竞争中的一大优势资源,“我始终认为,电影市场不能只有商业电影,也不可能有任何一部电影是适应所有观众的。因此迎合不同观众的欣赏需求,也应该给予不同类型电影更多的生存空间”。

北京商报记者 卢扬/文 代小杰/制表

YYQ音乐商城借鉴iTunes主推数字音乐平台

近日,著名音乐人高晓松曝出:“从7月1日起,中国音乐产业将正式走向正版化,网络音乐下载开始收费。”此言一出引发业内争论。虽然是否能在7月网络音乐实现在线收费还是未知数,但不少音乐企业已经开始尝试,覆盖市场70%份额的实体唱片发行商广东外星文化传播有限公司于今年1月悄然推出YYQ数字音乐商城,探索正版音乐盈利模式。

星外星文化传播有限公司品牌官邹小樱向北京商报记者介绍YYQ数字音

乐商城运营模式很简单,无论是唱片公司、音乐厂牌还是独立音乐人,只需注册一个账号验证通过后,就可以把音乐上传到这个平台,然后音乐人自己管理上传的商品,享有后台的完全管理权限并能随时掌握商品的销售数据,随时了解到有多少客户购买自己的商品。音乐人自主定价自主决定内容,每首歌到底该卖多少钱?定价权同样由音乐人决定。当然,星外星能够同环球、EMI等唱片公司合作,靠的是诚实守信的商

誉,数据及报表系统在YYQ数字音乐商城里对音乐人是完全透明的,方便查询到他们所需的一切。

邹小樱表示,YYQ数字音乐商城通过研究国外著名的互联网音乐运营商Spotify和iTunes两家公司的经营思路,结合国内音乐市场现状,推出合适的操作模式。为了降低运营成本,YYQ数字音乐商城的曲目不会采取预付费给版权方的模式,而是售后定期分成模式,一般是1-2个月。

“这类似于iTunes模式,YYQ数字音乐商城严

格按照收入的3:7分成,运营方占利润的30%。”邹小樱介绍,YYQ数字音乐商城会更注重移动互联网的开发,目前正在进行手机APP软件的内测封装,大概在4月份推出。在收费方面,商城定价每首歌曲均为1元,如果消费者选择包月,每月只需要支付20-30元,包括在线听和下载后离线听两种模式,但是离线下载的曲目会有限制,最多不会超过50首。

星外星实施的数字音乐付费下载模式,正逐渐获得唱片公司、数字音乐

运营商和音乐人的支持。不久前,滚石唱片以全品牌之势进驻星外星YYQ数字音乐商城,授权旗下所有版权歌曲均上架YYQ进行付费下载。

北京商报记者了解到,YYQ数字音乐商城进军国内数字音乐运营领域后,主要业务将针对独立音乐人,但滚石唱片的人驻,却证明了YYQ数字音乐商城与唱片公司的合作升级。资深音乐人钟声认为,YYQ数字音乐商城的自主经营模式值得认可,该模式探索确立了音

乐人与网站的付费下载透明度和诚信关系,应该值得鼓励。目前新浪、腾讯也在筹划采用这种数字音乐运营模式,随着音乐人自主定价模式的发展,音乐人可以获得更多话语权。

北京商报记者 李建彬

遗失公告

遗失声明:绍兴县恒福纺织机械有限公司海运提单丢失,提单号码:NBPBL1302001,声明作废。

2013年3月29日