

由单一市场服务平台转向综合性“电视节展”

北京电视节目交易会推万集电视剧

今年“北京电视节目交易会”(以下简称“交易会”)将于3月31日在北京会议中心举行。本届交易会共汇集了490余部电视作品,总计约1.67万集,是历年来参会作品最多的一届。相较以往,此次交易会的最大突破,是从以往单纯为市场提供服务,开始向“电视节展”方向发展,并首次增设了七大表彰奖项。

万集电视剧创新高
首设奖项扩大影响力

交易会承办方透露,从本届交易会开始,将全面对全国所有的影视制作机构全面开放,只要是符合参会标准的单位,都可以参与其中。交易会共吸引制播机构400家,并创下了北京电视交易会自2007年首次举办以来,最高的电视剧集参会纪录1.67万集。对此,首都广播电视节目制作业协会会长尤小刚表示,近些年来国产电视剧的高产量,业内外都应该冷静对待,影视剧产业若要寻求良性发展,关键还在于多出精品。此次交易会,在参会电视剧的题材上也呈现出了差异化、多样化的趋势,涵盖了年代剧、悬疑剧、战争剧等各个门类。

1.67万集的电视剧作品,较之去年春季交易会时的1.2万多集明显增多。业内专家表示,如果单从量上看,则说明北京电视节目交易会在国内电视节目交易市场中的地位,正在逐步上升。然而对于整个行业的发展而言,电视剧的产量并不是越多越好。举例来说,对于电视台每天的黄金时段而言,全年下来也许8000集的电视剧已经能够满足市场需求,然而现在却翻了一倍都多,量大并不就意味着质优。

为了进一步扩大交易会在业内外的影响力,此次交易会还将首次设立七大表彰奖项,其中包括“2012年度观众喜爱的优秀电视剧、2012年度观众喜爱的男演员、2012年度观众喜爱的女演员、2012年度新锐导演”等。北京市广播电影电视局



副局长丁百之介绍:“与其他电视类奖项的最大不同,此次的评选过程中充分尊重了观众及市场的需求。”

承办方相关负责人告诉北京商报记者,首次设立的七大奖项与其他电视节奖项最大的不同,就在于其评选是基于充分尊重了市场和收视率的基础之上,有全国电视剧制作业首次颁发的奖项。整个评选过程,将先由50多家电视台、30多家上星卫视、11家地面媒体、5个网络平台,从去年全国收视前100名的电视剧中,选出前30名,再交给专家组及评审委员会进行评选。

不论是拓展交易类型、吸引海外资源、扩大交易规模,还是改良交易模式、首次设立表彰奖项,都是为了实现北京文化品牌的战略目标,从而提升北京电视节目交易会的国内外影响力,助力国产电视节目良性发展。

线下主推“商务客房”
线上交易全面升级

所谓“商务客房”,是交易会所特有的一项交易模式。即以酒店的客房为洽谈场所,按照节目类别,将整个交易会划分为电视剧展区、动画片展区、纪录片展区和海外节目四大展区,每间客房都是一个洽谈室。相较于以往所有厂商集中在一个公用的大型展厅中,这样的洽谈形式更具灵活和私密性。

尤小刚表示:“‘商务客房’一直以来都受到了参会代表的欢迎,然而在今年,我们在继续沿用这种模式的基础之上,还会增加节目推介活动,以及新剧发布会的

推广力度。”北京商报记者从承办方获悉,与往年不同,本届交易会对于电视剧的制作机构提出明确要求,在新剧参加发布会时要带主创明星参加。

“以往的推介会,都注重业内交流,一般情况下都只是制作机构对新剧进行推广,没有过多的娱乐元素穿插其中。然而为了吸引更多的观众关注交易会,我们将引导并加大电视剧主创人员对于新剧的宣传力度。”相关负责人进一步说。

随着网络技术的快速发展,近两年来交易会也开通了网上交易平台。尤小刚表示,对于今年的交易会,尤其加大了对于网上交易平台的使用率。北京商报记者从交易会承办方获悉,按照戛纳等海外电视节的惯例,此次网上交易平台提前40天,便已经将参会机构所有的参会信息录入进数据库中,每家机构都有自己的一个独立页面,以方便买卖双方提前对企业进行了解,便于日后交易。

25家海外机构首次参展
横向拓宽交易渠道

据统计,本届交易会共吸引了海内外影视节目制作机构近300家。其中,25家海外电视节目制作机构首次参与交易会。

对此,丁百之表示,今年1月“首都电视节目推介会”已经正式更名并升级为“北京电视节目交易会”,举办时间也由以往的一年两届,改为一年一届。升级后的电视节目交易会,首先将在交易内容上有所革新,“以往的交易会只专注于国产电视剧交易,从本届开始,交易内容将进一

步拓展到纪录片、动画片,以及海外电视节目等板块”。

针对海外电视节目制作机构的首次引入,交易会承办方相关负责人向北京商报记者介绍:“目前,此次参会的海外制作机构将带来23部约1223集的新作亮相本届交易会。海外制作机构的参与,一方面可以将国外优秀的电视节目创意引进国内,丰富节目类型;另一方面,我们则希望通过这种方式,在交易的过程中增加国内制作机构的交流机会,从而进一步拓宽国产电视节目‘走出去’的渠道。”

在业内人士看来,国产电视剧若要成功“走出去”并非一件简单的事情。对国产电视剧的发展而言,如何打通输出渠道是一个十分关键的问题。然而,以往国产电视剧要走进海外市场,通常只能选择参与影展的方式,渠道相对单一。对此,本届交易会则力图打造一个相对国际化的交易环境,增加交易渠道。

除了吸引海外制作机构以外,交易会还将把原有的国内业内产业论坛,升级为高端国际展会论坛,并首次邀请了多年从事戛纳电视节、首尔电视节、西亚Discop电视节评选工作的十余位海外专家学者,参与到本次交易会期间的论坛中。

承办方相关负责人介绍:“区别于以往的论坛,本届论坛做了大胆尝试,论坛议题不再只集中讨论制播、新媒体等业内问题,首次请来全球著名专家学者参与讨论。在推进国产节目走向海外市场的同时,我们也希望借此把北京电视节目交易打造成一个国际化品牌。”

北京商报记者 卢扬

拍卖速递

嘉德2013年首场拍卖成交额达2.9亿元

3月25日晚,经过3天紧张拍卖,作为嘉德20周年的首场拍卖——嘉德四季第33期拍卖会,以总成交额达2.9亿元的成绩在北京收槌。

据了解,此场拍卖会主要设有中国书画、瓷器工艺品、古籍善本等三部分,其中中国书画部分总成交额2.11亿元,瓷器工艺品部分总成交额6700万元、古籍善本专场总成交额超1100万元。

此次书画部分共有近2500件拍品,其中“山河岁月——梁寒操藏民国名人尺牍”专场颇为亮眼,共有125位民国人物法书尺牍,作品总成交额超过1700万元;此外,近现代书画部分,李研吾上款的谢稚柳《五松图》以345万元的成交价拔得头筹;古代书

画部分,“一粟山房藏中国古代书画精品”专场遴选了128幅古代书画精品,百分百成交。傅山《行书五言诗》108.1万元易主。

瓷器工艺品部分,在嘉德四季特色专场“掌玩心赏”中,“掐丝珐琅龙纹香亭”尤为亮眼,以115万元折桂;“清嘉庆 黄地粉彩缠枝莲开光婴戏图灯笼瓶”以101.2万元位列第二;“瓷器 玉器”专场中,“清 白玉缠枝莲纹瓶”57.5万元高价成交;“工艺品”部分,“明黄缎绣彩云金龙纹吉服袍料”以89.7万元的成交价居首;家具部分,“清中晚期黄花梨大方角柜”以82.8万元成交价居首。

古籍善本专场中,王秉韬旧藏“兰亭拓本二十七种 旧拓本”以70.15万元成交博得好彩头。北京商报记者 吴园园

傅抱石《后赤壁图》将亮相匡时春拍

北京匡时2013春拍将于6月初拉开帷幕,值得关注的是,此次春拍近现代书画部分将有一件傅抱石的巅峰力作《后赤壁图》亮相。此作为傅抱石1946年在金刚坡下所作,自1978年以来出版著录多达十余次。

据介绍,这幅《后赤壁赋》表达了陶然忘忧、随缘自适的情感寓意。画面中有两处悬崖峭壁,较远的一处主要以大面积墨色渲染而成,层次分明;近处悬崖陡壁除了有墨色的渲染更是用了他独特皴法“斫笔皴”;江面以留白的形式和岸边率性的平涂渲染也没有丝毫的突兀;苏轼等三个人物面部细节勾勒细腻清楚,神态自然;衣服线条灵

活生动,袖袍与帽带随风舞动,将峡谷中冬天大风的劲感表达得恰到好处;近景用简洁干练的中锋勾勒出粗细交叉的秃枝杈,正是诗中情景:霜露既降,木叶尽脱,人影在地,仰见明月,顾而乐之,行歌相答。

“金刚坡时期”是傅抱石个人技法成熟、完善的时期,在此期间傅抱石饱览峨眉青城、长江嘉陵之胜景。同时,金刚坡时期也是傅抱石在重庆艰苦的八年,由于避难时期的条件,此时期作品普遍以“小幅”作品居多,但这幅《后赤壁赋》则达到了8.4平方尺,称得上是傅抱石金刚坡时期罕见的力作。

北京商报记者 吴园园