

广电封杀令引发短期蝴蝶效应

订单大增 影视后期公司最近很忙

小修改暗藏大工程

利用后期特效技术修补后的影视作品通常都能达到天衣无缝的效果,然而看似简单的小修改背后,却隐藏着大工程。

单以近日在网上频传的TVB版《武媚娘传奇》“遮羞布”截图为例,区别此前的“大头娃娃”版,借助后期特效技术在人物胸前加层纱的做法更加巧妙。据了解,将胸前加纱的效果实现大致需要经过概念图三维设计、人物影像跟踪、合成三个步骤,而每个步骤都要经过大量的计算和技术处理。

“尤其以概念图设计为例,从纱的配色到最终呈现出来的质感,为了与实际拍摄画面相匹配,在设计出来之后,仍需要经过反复的调试。”北京天工异彩影视科技有限公司总经理王磊向北京商报记者进一步表示,在影片后期修补的过程中,遇到复杂的镜头甚至几周才能完成一个。

其实,以上提到的胸前加纱技术在后期特效行业里算是相对简单的,当有些影视剧作品全部制作完成后又要替换片中的某位演员时,就需要用到难度更高的“换头”技术,后期特效师沙胤贞解释道:“简单来说,这项技术需要让新演员在三维幕布前表演几个待替换演员,曾在片中出现过的部分运动轨迹画面,用于素材采集,随后再通过后期技术将其与成片进

行合成。”
据了解,由于“换头技术”会运用到Motion Control(高科技交互式摄影控制系统)这样造价昂贵的机器,因此通常制作这样一个镜头的造价就会达到3万-5万元,王磊表示,如今国内后期制作公司都有着自己的修补技术,根据客户的不同需求,“换头技术”的造价也会有所降低。

返工需求近期倍增

“近两个月来,光我手上需要返工片子就有两个,这要在过去可能半年都碰不上一个。”沙胤贞话音刚落,工作台旁的电话再度响起,这已经是上午第四个咨询后期特效业务的客户电话。

谈到影视作品返工类订单的增多,大



然而,北京商报记者在采访中发现,后期制作公司最近有点忙的现象并非个例。王磊透露,近期公司也有多个涉及影视剧修补的项目在同时接洽中。

受热捧仅为短期现象

在某影视公司负责人许先生看来,一旦影片在制作完成后出现问题,最省时的办法就是通过后期特效技术解决,“除非镜头过多且过于复杂的情况下,我们才会考虑找演员重新补拍,即便如此也不会每个镜头都拍,这样的人力成本真的耗不起。而且从时间上来说,拍摄完成之后还是要走后期,所以说只要能够直接通过技术解决的,就不用重新演”。

尽管客户肯定,市场有需求,近几个月后期特效受热捧只是一个短期现象。“从始至终,后期特效一直肩负着对影片进行修补的功能。以古装戏为例,影视作品在拍摄过程中,经常会遇到有电线杆入镜的穿帮镜头,在进行后期制作的时候,我们就会将电线杆换成一棵树。”王磊举例道。

但在业内人士看来,后期特效之所以会在近期引得业内的关注和明星引发的一系列事件有着很大关系,沙胤贞认为,“尽管近两年来随着国产影片数量的不断增高,国内后期特效也得到了迅速发展,但相比海外仍存在一定差距,无论整体行业还是从业者个人,都有着亟待提升的空间”。

北京商报记者 卢扬

· 速读 ·

时代出版与安徽电信签署合作协议

时代出版传媒股份有限公司(以下简称“时代出版”,600551)近日发布公告表示,公司已与中国电信安徽分公司签署《战略合作框架协议》,在2015-2020年期间开展全面战略合作,共同做大“时光流影TIME-FACE”数字平台。时代出版已先后与安徽联通、安徽移动等运营商签署合作协议,在“时光流影”、信息化建设等业务领域展开全方位合作,此次牵手安徽电信,可借助安徽电信的已有网络,加快“时光流影”平台进入家庭,快速提升用户人数,十分难得。

艾漫科技A轮融资超6000万元

国内影视大数据龙头企业艾漫科技于近日完成A轮融资超6000万元的融资,这是迄今为止国内关于娱乐影视大数据领域最大的一笔A轮融资,由荣联创富基金和创势资本联合投资,其中,艾漫科技将把此次的融资进一步用于团队扩展、公司产品以及品牌推广上,同时,还将投入更多资金在大数据指引的追星生态平台研发与推广。艾漫科技是一家提供全媒体娱乐影视大数据服务的公司,未来将通过将大数据技术与影视项目结合,可以在投资前期知道消费者的心理需求、情感色彩和价值观,帮助影视企业把握商业趋势。

《妻子的谎言》登陆湖南卫视

由浙江金溪影视有限公司出品的电视剧《妻子的谎言》,即将于3月29日登陆湖南卫视金鹰剧场。据了解,与以往中国式家庭剧中狗血、零智商、坏女人横行的剧情模式不同,该电视剧通过李夏曦与丈夫江一斌、父亲、弟弟之间温暖、感人的故事,展示出中国传统家庭特有的人情关系。其中,资深剧评人表示,《妻子的谎言》开创了温馨家庭剧的一种新模式,尽管该电视剧的剧情矛盾突出,节奏紧凑,人物角色个性鲜明,但其主题是含蓄、温厚的。在雷剧当道的时下,能有这么一部高质量家庭剧出现十分难得。

北京商报记者 卢扬 郑蕊/整理

“艺术周模式”国内缘何难复制

第七届纽约亚洲艺术周已于近日结束,而围绕该艺术周的话题还在发酵。这个创办于2009年的纽约亚洲艺术周虽然还很年轻,却完全跻身于一线艺术博览会的行列,其惊人的成长速度以及拍品的规模,也使得全世界爱好者为之瞩目。尽管近几年中国市场遭遇调整,但丝毫没有压抑中国买家大批量从国外往回搬东西的热情。那么,纽约亚洲艺术周为何如此火爆?国内是否可以引进这种博览会模式呢?

实际上,纽约亚洲艺术周的主要成果在于汇集了多位国际古董商、五家纽约拍卖行、博物馆以及亚洲文化机构,呈现的是中国、印度、日本、韩国及东南亚各国的藏品,而

举办地为成熟的艺术品交易中心纽约曼哈顿。

在北京天问国际拍卖有限公司总经理季涛看来,苏富比、佳士得等国际拍卖行征集的藏品是吸引藏家关键,尤其是安思远的专场拍卖会,生货、精品都成为该专场的代名词。

而像安思远这类高端藏家,在国内是很少见的。季涛表示,国内藏家的年龄多以60左右为主,60岁以上并不多,而且藏家只进不出,在只见熟货、少见生货的情况下,市场表现力就不如国外;相较而言,国外藏家在90岁左右的年龄段也很多,代代相传就能保证藏品在一定周期后又出现在市场,这就形成藏家追捧的生货。但国外这种隔离的历史,在

国内是不具备的。

除了能保证市场的生货不断外,中外艺术市场的形式和成熟度也不同。季涛表示,中国艺术市场比较特殊,一级市场画廊与二级市场拍卖行是分割的,在北京,北京艺术周和春秋拍卖季都很火爆,但是二者相对独立,而欧美成熟的艺术市场是综合的。

关税问题也是不可忽略的,季涛认为,中国艺术市场和资源的品牌度不如纽约和伦敦,艺术品入境与出境也相对复杂,中国不具备其他发达国家对文物与艺术品拍卖市场的零税收优惠。而且由于藏品的运输问题,历来拍卖都讲究就地拍卖。北京商报记者 卢扬 陈丽君

专业类图书成数字出版市场竞争点

《全球传媒蓝皮书:全球传媒发展报告(2014)》于近日在京发布,目前中国图书市场发展迅速,2017年中国将成为全球第二大图书市场,图书收入总额将达132亿美元。该报告还指出,相比文学类、教育类等其他品类的图书,专业类图书数字化程度最高。各大出版社为了抢占市场份额,正在加强数字出版的发展,面对当前的市场需求,专业类图书已经成为数字出版的重要板块。

相比其他种类的图书,专业出版主要是从事科研、金融、财会、律

师等行业的专业书籍。百道网CEO程三国告诉北京商报记者:“专业出版的读者非常依赖信息的传播,他们的工作中需要最快、最权威、最新的行业信息,非常符合数字化特征,所以根据目前的市场需求,专业出版的数字化普及程度最高。”

据程三国介绍,目前的出版主要分专业出版、大众出版和教育出版三大类。由于大众出版主要是个人的购买意愿,现在数字化的进程主要依靠人们的阅读习惯决定,而教育出版的数字化最为复杂。数字

教育是一个整体的生态系统,学校的基础设施、教师是否会使用数字图书的教学系统以及学生的数字图书普及等方面都会对教育图书的数字出版产生影响。“相比之下,由于专业出版的用户主要为企业、科研机构,他们需要内容丰富、图书数量庞大的论文库、数据库,对数字出版来说是非常重要的发展机遇。出版公司想要抢占市场份额,可以不断增加专业类图书的数字出版以获得更广阔的市场空间。”程三国如是说。

北京商报记者 卢扬 沈艳宇