

纪录片衍生出线下烤串店、动画片代言杭州西湖、直播红人售卖电影票秒光

网络视频规模远超电影行业,跨界溢出效应强劲

■本报记者 施晨露

上海杨浦区大学路,有家叫“人生一串”的烤串店,在大众点评名列该区域烧烤烤串热门榜第一名。有食客点评:“烧烤吃了无数次,还是在这里打开了新世界。”还有人留言:“打卡《人生一串》同款烧烤。”

“人生一串”全名叫纪录片《人生一串》体验店,店门口有哔哩哔哩(简称B站)小电视吉祥物,店里的电视屏也在循环播放这部B站热门纪录片——上线一年后每月仍有100万新增观众,总播放量超过1.53亿次。

近年来,中国网络视听产业在用户规模、内容创作、商业模式、技术应用等方面快速发展。《2018中国网络视听发展研究报告》显示,去年全国在线视频市场规模约1249.5亿元,全国视频内容市场规模约2016.8亿元,在线视频市场规模已远超传统电影行业,成为中国文化产业最重要的组成部分之一。

在哔哩哔哩、PP视频、喜马拉雅、蜻蜓、阿基米德等垂直领域音视频龙头企业带动下,上海已初步形成以中国(上海)网络视听产业基地为核心,张江、金桥、静安等区域特色产业园区为支撑的网络视听产业格局。一批新兴网络视听机构表现亮眼,喜剧脱口秀领域“独角兽”企业笑果文化估值已超过50亿元,专攻二维动画创作的绘梦动画估值12亿元,最新热播的《庆余年》等网剧都是“上海出品”。

与此同时,网络视听内容显现越来越强劲的跨界异业链接能力。12月12日至15日举行的上海网络视听产业周,除项目发布和专业圆桌分享会之外,还将首次举办商圈互动体验活动。腾讯视频纪录片影展、B站快闪店、爱奇艺IP潮流市集、优酷摩登街区、喜马拉雅有声图书馆、咪咕视讯5G技术展示,将在正大广场、龙湖上海虹桥天街、新世界大丸百货、爱琴海购物公园等四大商圈与市民进行亲密接触。

融入生活各个角落

越来越多非传统意义的网络视听平台兴起,让网络视听不再局限于内容消费。

“看大众点评首页的小视频,停不下来。”一次聚餐中,80后白领周晟无意中提起这个“爱好”,竟引起同桌好几个人的共鸣。“猫奴”李昊昊说,通过这种方式,她几乎看遍上海所有宠物店、猫咖、狗咖,就像全都去过一样。越来越多非传统意义上的网络视听平台正在兴起,让网络视听不再局限于内容消费。小红书上的视频与图文之比达7:3;“视频+电商”模式的一条异军突起,还开出线下实体店;注册在上海长宁的樊登读书会通过线上社群和线下活动联动,聚集数百万忠实用户,其载体也是音视频。

走进便利店,你可以看到网络动画《魔道祖师》联合“可爱多”根据五位主角设计的“五种口味冰淇淋”;走远一点,网络动漫《狐妖小红娘》在杭州西湖举办纯爱巡礼,以51路环西湖公交线路为起点,串联起主题公交和车站、印象·西湖表演、作品中的相思树走进现实等互动体验,甚至还携手传统品牌张小泉推出联名款相思同心龙凤剪,与手工艺品牌王星记打造联名款摇曳生风续缘扇,联合浙江省博物馆选取五件“十里红妆”文物作为“纯爱信物”进行推广……

从某种意义上来说,网络视听已经融入生活各个角落,以互联网综合性服务工具的姿态,撬动各行各业。

(上接第1版)“作为上海国企,绝不能满足‘温吞水’式的发展。”沪上国企经营者表示,当前上海国企必须要自我加压,争取在更多新兴行业进入第一梯队,跑赢国内外同行。“如果地处上海,还掉队在行业后头,那就是资源浪费,就要坚定地转型和淘汰。”

“企业在关键时刻自我加压,而作为国资监管部门,我们则将通过‘管资本’的改革方向,深化简政放权、放管结合,为企业逆势而上营造更好的环境。”上海市国资委党委书记、主任白廷辉表示,上海正按照国务院国资委《以管资本为主加快国有资产管理职能转变》的最新要求,建立“赋能赋权、激励约束、增效减压”的动力活力机制,充分激发沪上国企改革发展动力。

抓住重大战略的机遇

岁末加压,也是机遇催人。“连续两届进博会举行,开放合作效益持续释放,进

司法鉴定管理条例草案将表决

(上接第1版)会议听取了关于《上海市司法鉴定管理条例(草案)》修改情况的报告,决定将该条例草案提请常委会第十六次会议表决;听取了关于《上海市家政服务条例(草案)》和《上海市推进科技创新中心建设条例(草案)》等两个法规草案修改情况的报告,关于《上海市会展业条例(草案)》、《上海市排水与污水处理条例(草案)》和《上海市实施〈中华人民共和国农民专业合作社法〉办法(草案)》等三个法规草案审议结果的报告,关于《上海市地方金融监督管理条例(草案)》审议意见的报告,决定将相关法规草案提请常委会第十六次会议审议。

会议听取了关于本市2019年城乡规划制定和实施情况的报告的说明,市政府关于2018年度市级预算执行和其他财政收支审计查出问题整改情况的报告的说明,市政府



笑果文化举办的“喜剧周末”上,众多年轻人去现场看脱口秀表演。



《肆式青春》海报。(均资料)

案例分析

拥有3档播放量破10亿节目,称在线节目介入实体经济并非遥不可及

笑果希望在上海孕育出“喜剧街区”

■本报记者 施晨露

光说笑果文化,也许并非人人熟悉,列举笑果文化出品的一系列网络脱口秀节目和走红的脱口秀艺人,一大部分年轻人会滑开手机——最新一期《吐槽大会》请来李佳琦做“主咖”,“副咖”除了演员袁咏仪、主持人吴昕、二手玫瑰主唱梁龙、《野狼disco》作者宝石Gem,还有笑果另一档王牌《脱口秀大会》两任冠军卡姆和庞博,有博主评价,这个阵容可以成为当代青年网感测试题,如果其中有你不认识或不知道节目组为何请他(她)来的,就说明你需要补课了。

明年策划办5000人规模喜剧节

如果只把笑果理解为几档爆款节目的制作方,并不完整。“笑果不是单纯的制作公司,而是以内容为驱动力的年轻喜剧文化产业公司。”笑果文化创始人、董事长叶烽这样强调。创办笑果文化前,叶烽在东方卫视制作过《今晚80后脱口秀》,被公认为国内最早的脱口秀节目。“《今晚80后脱口秀》在自己的核心受众人群很有影响力,但受制于传统卫视平台的播出规模和时段,它始终是个周播小节目,体量和播出时间不固定。尽管如此,节目的生命力很顽强,当时有个数据,在全国卫视中,这档节目观众受高等教育比例是最高的。”

产业边界不断扩大

网络视听凭借强大的社会影响力和市场渠道覆盖率,成为文旅“金字招牌”。

电影《南方车站的聚会》上映前夕,主演胡歌、桂纶镁走进直播“一哥”李佳琦的直播间,见证25.5万张电影票秒光。

网络视听产业边界正不断扩大,参与者也越来越多样。网络播放平台由电脑端发展

谁也不能否认,上海现在就是喜剧脱口秀的重镇。

从“小节目”到后来的爆款《吐槽大会》《脱口秀大会》等,叶烽说,这就是网络视听平台与传统平台的差异,“因为无法确定受众的年龄结构,传统平台这样的内容很难被放大到特别头部,而在网络平台,由于受众对应精准,很快就能把它顶到最头部。脱口秀快速进入、快速结束的形式与碎片化的用户时间高度匹配,坐地铁、坐车、睡觉前都可以看一段。从使用场景到打开方式,观看方式,网络视听是一种革新。”

作为唯一一家拥有3档播放量破10亿节目的公司,笑果的目标不止于爆款内容。“线上节目引爆受众对脱口秀及脱口秀演员的热情,再引导他们看线下演出,与演出场景发生互动,这就是文化娱乐消费。”笑果创办“喜剧周末”,集年轻态喜剧与展览、市集、玩乐于一体,年轻人在一个地方完成全部周末念想。明年在上海举办5000人规模以上的喜剧节已在策划中。

上海的年轻人是“吃”这套的

网络视听节目带动一个产业链。“头部内容制作就是基础设施建设,就像高铁、高速公

路、路径打通了,各种服务、培训乃至商业空间运营都通了。网络视听节目的传播,线下运营要紧紧跟上,甚至做在前面。”

在上海,笑果拥有位于襄阳北路的“山羊Goat”和天钥桥路上的“笑果工厂”等线下据点。看一档笑果制作的节目,关注笑果公众号,进而通过笑果小程序购票看线下演出,对很多脱口秀爱好者来说是自然而然的。“今年在服务器上花了不少钱,卡姆的千人剧场11个城市巡演,小程序开了4次票,次次秒空,没有互联网节目,全国能有几个人知道有卡姆这人存在?”

“上海的文化演出市场很健康,需求旺盛,年轻人渴望新的文娱消费方式和场景。简单来说,上海的年轻人是‘吃’这套的。”叶烽说,笑果希望在上海孕育出“喜剧街区”,节目录制、线下演出、生活方式呈现,联动其他商户,改造全新的商业体。在线节目介入实体经济,并非遥不可及。

“脱口秀是舶来品,笑果做的脱口秀是骨子里的改造,瞄准年轻人的生活和工作,找到共鸣和共情之处。”叶烽透露,大多数脱口秀表演者起初就是脱口秀的观众。在笑果的网络中,人才通道是打开的——你可以看脱口秀,也可以讲脱口秀,报名“开放麦”,“这个行业不能继续发展,比拼的是人才的厚度和高度。也正因此这是一个全新产业,我们有机会重新定义规则,梳理资源。谁也不能否认,上海现在就是喜剧脱口秀的重镇。”

为手机、平板电脑小屏+电脑中屏+电视、投影大屏+户外、电影超大屏各类独立或融合的播放平台;网络视听内容创作者从简单的UGC(用户生产内容)发展为超级剧集、网络剧、网络综艺、网络电影、纪录片、短视频、互联网音频、二次元内容、影游联动内容等PGC(专业生产内容),涌现出大量专业服务于网络视听的内容制作公司;短视频和互联网直播的爆发式发展催生MCN企业,即俗称的“网红经纪公司”。

网剧《长安十二时辰》将西安带火成为“网红”城市,大唐不夜城“不倒翁”扮演者的快手视频火了,引来无数游客争相一睹。在上海,蜻蜓FM与徐汇区文旅局合作推出的建筑可阅读项目《梧桐深处——建筑可阅读》去年9月上线以来,目前已有千余条优秀历史建筑的中英文介绍音频。今年,蜻蜓FM与嘉定区文旅局联手打造有声文化旅游专辑《声游嘉定》,从1000多年前就存在的古银杏树和它被口口相传的古老传说,到上赛场赛道上引擎轰鸣的速度与激情,再到嘉定千百年来演化,通过13处景点中的老建筑向游客娓娓道来。除了本质的内容属性外,网络视听凭借强大的社会影响力和市场渠道覆盖率,成为文旅“金字招牌”,不仅带来直接的销售变现,更带来看剧观影之外的文化新体验。

紧跟时代守正创新高质量发展

(上接第1版)董云虎指出,市委召开政协工作会议,充分体现了对协商民主建设和政协事业发展的高度重视,系统谋划,为新时代上海政协事业发展注入了强大动力,提供了有力保障。要切实把握思想行动统一到会议精神上来,把智慧力量凝聚到贯彻落实会议部署上来,坚持围绕中心、服务大局,在建言资政和凝聚共识上双向发力,立足“更进一步”,助力“把事干成”,交出“政协答卷”,在更好服务上海奋力创新新时代新奇迹中展现新担当、实现新作为、作出新贡献。

董云虎强调,要深刻认识新时代人民政协的重要地位和作用,重点把牢“四个更进一步”的新部署新要求,坚持以“协”成事、以“专”提质、以“商”求同,更加积极主动肩负起新时代新使命,狠

个月,为的就是跟上广大市民共同实施垃圾分类分类的大行动,实现上海生活垃圾资源化、减量化、无害化处理。城投集团表示,作为上海国企新分类中的功能保障类企业,城投同样将以时不我待的状态,通过专业高效运营,成为上海城市精细化管理的标杆、生态环境保护的标兵。

“目前上海承担的国家战略,以及市委、市政府重大战略任务,均已有一家或一组国有企业、一套工作机制对接落实。”白廷辉介绍,上海国资系统将坚持在服从服务国家和本市战略同时,找准国资国企的定位加快自身发展。上海国企正主动融入自贸新片区、科创板与注册制、长三角一体化和进博会“四大战略支撑”任务,在打响上海服务、上海制造、上海购物、上海文化“四大品牌”,推进国际经济、金融、贸易、航运、科技创新“五个中心”建设中发挥引领作用,不断提高国有企业竞争力和影响力。

抓落实、善作善成,推动上海政协工作干在实处、走在前列。要全面贯彻落实《中共上海市委关于新时代加强和改进人民政协工作的实施意见》,把准目标要求,紧扣重点任务,明确责任分工,突出问题导向和实效要求,瞄准实际工作中存在的薄弱环节和不足,抓住加强制度建设这个“牛鼻子”,着力解决制度机制与实践不匹配的问题,切实做好“加强和改进”这篇大文章,推动上海政协工作紧跟时代、守正创新、高质量发展。要以市委政协工作会议精神为指引,高质量筹备好市政协十三届三次会议,高站位谋划好明年工作,为上海提升社会主义现代化国际大都市治理能力和水平贡献智慧和力量。

市政协党组副书记、副主席方惠萍主持会议,党组成员、副主席徐逸波传达有关精神。

业内声音

■本报记者 施晨露

“有个在网吧逃学两三个礼拜的男孩说,看了这部动画给家里打了电话,终于可以理解自己的父亲了。”李豪凌至今难忘绘梦动画早期作品《凸变英雄》引起的这番回响。“第一部讲的是父爱,结局很感人。动画是很特别的载体,它主要覆盖的对象就是年轻人或者说青春期的孩子。他们的世界观正在形成中,比较容易从自己接触的东西吸收些什么。就像我们这代人看《灌篮高手》,那种影响至今还在。从这个角度来说,动画作为传播载体,挺核心;给下一代人看什么,挺重要。”

上海总部做的是链接

2008年大学毕业的李豪凌从电视、漫画书里看动画。如今,年轻人看动画,大多是通过手机屏、平板电脑。为互联网制作的动画,正在成为主流。“网络动画发展的初期状态是比较混沌的。2014年,《十万个冷笑话》上映,网络动画这个名词才进入大众视野。”

李豪凌创办的绘梦动画2015年3月注册在上海静安大宁一带,代表作包括《狐妖小红娘》《一人之下》《从前有座灵剑山》《中国惊奇先生》等。这家如今总部设在上海,在日本、韩国和国内的重庆、广州等地拥有分部的动画“头部公司”,在创办之初就是“一人团队”。“我是导演、制片人也是老板,要算账。”李豪凌说。

短短数年时间,绘梦动画的生产力已稳定在年产12至15部剧集,总计3000至3500分钟,年收入约1.5亿元。一方面是因为互联网、移动端的迅猛发展,另一方面是绘梦的生产模式符合互联网思维。“大多数动画公司是in house(在内部工作),圈在一个地方精耕细作。绘梦从一开始就是可拓展的,制作团队分布在全国、全球,上海总部做的是链接,人才、梯队、产能都可外扩。”这种模式就是从“一人团队”开始的,“当时我就是那个链接点。”

海外播映权销售火热

以绘梦为代表,上海集聚了一批互联网内容的活跃生产者。“一定要在上海吗?”李豪凌沉吟片刻说,“上海是一个优选。”他给出三点理由:一是地理位置,上海很便利,是可串联的中心;二是环境,上海的金融环境更活跃,互联网行业也较活跃,上海有很好的政策——不光是扶持原创的资金,在内容审批、指导上,政府部门的反馈非常快;三是文化,上海文化比较具有国际性,新潮流更容易生根发芽,人才也愿意来这里。”

绘梦代表作之一《狐妖小红娘》目前已制作8季,播出百余集,全网播放量超过50亿次。“狐妖小红娘”早已成为一个大IP,甚至成为杭州西湖的代言人。“绘梦负责海外播映权的销售,日本最大的动画放送台东京MX电视台放过大半年《狐妖小红娘》。”李豪凌明显感受到越来越多海外平台对中国网络动画内容的需求量增大。

最近,国漫《刺客伍六七》被奈飞(Netflix)看中,绘梦去年与《你的名字》制作公司Comix Wave Films(东京千代田)联合出品的动画电影《肆式青春》也登陆过奈飞。“几个短片串联整个中国的变化,中国的美、中国的传统文化,上海的石库门,用动画形式保留、定格了。”李豪凌说,反映中国年轻人文化的互联网视听内容未来会更广泛地参与国际传播。所谓使命,不言自明。

加快推进上海金融科技中心建设

(上接第1版)要及时提供政策供给,营造一流的金融科技发展环境,推进金融科技监管创新试点,不断优化各类支付、结算服务,促进金融科技产业集聚。

当前,上海正加快建设亚太地区知识产权中心城市。本市有关部门制订了知识产权相关工作

让更多人来上海了解上海投资上海

(上接第1版)关于今后一段时期上海推进的重点工作,应勇说,在首届进博会开幕式上,习近平主席宣布交给上海三项新的重大任务。一年来,“三大任务”已全面进入密集施工期。增设上海自贸试验区临港新片区,是要在更深层次、更宽领域,以更大力度推进全方位高水平开放。我们将在临港新片区打造特殊经济功能区和现代化新城,建立以投资贸易自由化为核心的制度体系,建立全面风险管理制,建设具有国际市场竞争力的开放型产业体系。在上交所设立科创板并试点注册制,是推动实体经济、科技金融、现代金融协同发展的重要举措。我们将继续全力支持、全面配合证监会和上交所做好相关工作,着力打造服务全国科创板企业的重要投融资平台,支持和鼓励更多“硬科技”企业上市,实施长三角一体化发展国家战略,是打造我国发展强劲增长极的重大战略举措。我们已制订落实长三角一体化发展规划纲要、虹

桥商务区打造国际开放枢纽等实施方案,加快建设长三角生态绿色一体化发展示范区。中国国际进口博览会是世界上第一个以进口为主题的国家级展会,按照“办出水平、办出成效、越办越好”的总要求,第二届进博会已经成功举办,并赢得了海内外外的广泛赞誉。我们正抓紧谋划第三届进博会,欢迎更多国际企业积极参与。

关于营商环境,应勇说,我们将继续对标国际最高标准、最好水平,实施优化营商环境行动方案3.0版,进一步探索实施一批突破性、引领性的改革举措。我们将深入推进政务服务“一网通办”,进一步提升政务服务水平。我们将以更大力度降低市场准入门槛,在全市范围内持续深化“证照分离”改革,进一步方便企业生产经营。我们将着力营造公开透明、公平公正的法治环境,让市场主体有更稳定的预期。

应勇还就大家关心的发挥进博会效应、改善公共服务、优化营商环境、加强交流合作等话题进行了回应。

副市长许昆林出席见面会。