

网络电影迎来发展窗口期

“

突如其来的新冠病毒疫情，让全国院线从春节开始一直处于停摆状态。不过院线电影的停摆并没有影响到网络电影的播放，相反，这期间，优酷、爱奇艺和腾讯等平台的网络电影迎来了比较快的发展，经过前几年的市场培育，网络电影有望迎来新的发展契机。



网络电影《大蛇》海报。



网络电影《法医宋慈》海报。



网络电影《东海人鱼传》海报。



电影《囧妈》春节期间在网络平台上免费播放。

A

12部网络电影分账票房超千万

春节前夕，受疫情影响，7部春节档电影集体退出院线放映，但徐峥执导的《囧妈》很快转跟“字节跳动”合作，在它旗下的多家平台上免费播放，引发业内争议。

2月1日，王晶执导的《肥龙过江》也转而跟腾讯视频和爱奇艺合作，在这两家平台上“付费超前点映”，引起轰动。这两部院线电影趁机转战流媒体平台和网络平台，也让更多的观众开始关注起网络电影。

“2020年春节假期，优酷日活跃用户和用户时长创下了2018年俄罗斯世界杯以来的新高。电影的播放总量比平时有了两倍以上增加，总体讲，优酷上网络电影播放量均超出预期”，优酷网

络电影中心总经理芦洋这样告诉记者。

他表示，优酷这个春节内容上线的基础量是在疫情之前就定的，和疫情关系不大。但随着情况的严重，为了满足大家宅在家里更多的观影需求，优酷也临时增加了一些影片，“从客观上，观众的线上观影热情大大提高了，这也增加了行业对网络电影的信心”。他认为，传统的院线电影制作团队对网络电影的心态也更开放了，越来越多的成熟团队想要积极尝试网络电影，总体对行业来说是一个利好。

据统计，今年1月，在优酷、爱奇艺、腾讯视频三家平台上线的网络电影高达64部，其中12部网络电影的分账票房超过了千万。

B

名导演名演员积极参与

2014年，爱奇艺首先提出了“网络大电影”的概念，随后，迎来了快速发展期。据统计，2015年，网络大电影的播出数量高达650部，到了2016年，网络大电影上线的数量居然高达2000部。野蛮生长的结果是有些作品在内容和形式上都良莠不齐。一位不愿透露姓名的业内人士告诉记者，最早几年，由于监管的不规范，很多制作网络大电影的公司从中挣到了不少钱。当时很多“网大”的成本只有几十万元，主要目标观众是三四线城市的青年，他们有自己喜欢的观影需求，“迎合了他们，就很容易取得高票房”。

不过从2017年3月1日开始，《电影产业促进法》全面实施，网络大电影与院线电影审查标准逐渐统一起来。2019年10月23日，“爱优腾”三家平台发出倡议书，建议用“网络电影”作为互联网发行的电影的统一称谓。

整体上，网络电影的数量这两年是下降的。2019年，网络电影的数量下降到789部。芦洋认为，目前网络电影正在进行一个“减量提质”的过程，但2019年网络电影全年累计正片的播放量为48.2亿次，比2018年的38.9亿次增加了24%。“这意味着市场回归冷静，慢下来花成本和精力去做剧本，会杜绝很多粗制滥造的作品。”以往很多片子，从开始筹划到最后上线只要一两个月，这不符合生产规律。网络电影从吃流量的红利，吃题

材的红利，到真正地花更多的时间在文本内容创作上，“对于行业是利好”。

2018年9月，由淘梦出品，林珍钊执导的《大蛇》在优酷播出，上线88天，最终分账票房为5078万元，这是迄今为止网络电影分账票房最高的纪录。芦洋认为，怪兽灾难片一直以来都是好莱坞的畅销片种，但在国内，院线电影中几乎没有这种类型。“这也是《大蛇》能取得高票房的主要原因”。

最近几年，网络电影的成本和类型都有了新的发展。在成本方面，目前上千万的制作成本已经比较常见，虽然这个数字跟院线电影相比不值一提，但相比网络电影刚开始几十万的制作成本，增长的倍数非常惊人。在类型上，网络电影甚至比院线电影的类型更加丰富，从惊悚、恐怖、科幻、喜剧，女性题材，应有尽有。比如优酷季播网络电影《北京女子图鉴》，就是网络电影在现实主义都市女性题材中的一次全新尝试。

随着网络电影的发展，知名导演和演员也开始参与进来，比如王晶、高群书、张国立等导演，比如潘长江、赵文卓、张一山、包贝尔、郑伊健、梁小龙、陈浩民等演员，尤其是陈浩民，拍摄了大量的网络电影，俨然是把网络电影当成了表演的主阵地。这几年，网络电影也涌现出了像淘梦、奇树有鱼、项氏兄弟等头部制作公司，在网络电影制作领域各领风骚。

C

千万或仅是票房及格线

随着制作经费的增加，网络电影也开始在营销上发力，“目前，一部网络电影的营销费用大概在10%到15%左右。”一位业内人士告诉记者，虽然从数目上看，只有一百万元左右，但是这些钱的去处都非常清晰，不像有些院线电影，几千万元的营销费用很可能是一笔糊涂账。

芦洋告诉记者，《大蛇2》是行业内首部提前30天进行宣发的网络电影，优酷在发布预告片及海报阶段便开始对宣发效果进行测试，并在灯塔平台进行了试映，成功做到了宣发效果可控化。而在线下，《大蛇2》首次在网吧举行了线下营销活动，其中，优酷的“优合计划”在全国500家网咖的55000块屏幕上出现，给《大蛇2》带来了5.6亿次的曝光，精准覆盖了目标用户所在的下沉城市及乡镇的目标观众。这些营销新思路都给网络电影带来更多的目标观众。

淘梦创始人阴超预测，2020年网络电影票房过千万的有望突破100部，“未来1000万票房只能是网络电影的及格线。”他认为，目前的网络电影，从故事情节的设置、特效制作的精良、演员表演的准确以及如何激发观众的情感共鸣等方面，还有很大提升空间，“网络电影可以更加雅俗共赏”。

对于网络电影的未来，芦洋表示，网络电影的发展还处于早期，远远没有到预测天花板的时候。而这次新冠病毒疫情，让大家意识到了线上观影的便捷性，“之前传统影视行业对网络电影的制作还是有包袱和顾虑的，现在观念完全放开了”。他认为，未来观众对网络电影的整体需求会越来越高，要真正在题材多元化上提升质量，“细拆分的话还是要落实到我们如何拍出更好的片子，坚持做精品内容和类型创新，以及如何更好地开展营销。内容精品化、营销精细化将是未来网络电影发展的大趋势”。

据《北京晚报》

相关链接

三大平台公布分账票房排行榜

今年1月份，优酷上映的《大蛇2》在春节期间分账票房超过了3000万元，《云南虫谷之献王传说》的分账票房超过了1500万元。此外，科幻喜剧题材的《外星人事件》和都市女性题材的季播网络电影《北京女子图鉴》受到用户的喜爱，连带着院线电影《叶问4》《半个喜剧》等作品也在优酷热播。

爱奇艺日前公布了今年2月份的网络电影票房榜，其中由罗嘉良主演的动作冒险片《巨鳄岛》分账票房1670万元，成为2月份该网站的票房冠军；由潘长江、于震主演的古装悬疑电影《法医宋慈》获得亚军，分账票房为1368万元。爱奇艺还同时公布了“2020年度票房榜”，其中《九指神丐》票房分账高达1979万元，成为迄今为止的年度票房冠军。

3月5日，腾讯视频也首次公布了今年平台前两个月的分账票房榜，其中《火云邪神之修罗面具》以1443万元获得了冠军，该片由梁小龙主演；《东海人鱼传》以980万元获得了亚军。