

偶像综艺风云再起 优酷、爱奇艺正面对垒

■本报记者 陈炜

在1月17日优酷《以团之名》突袭上线后,1月21日,此前宣布延播的爱奇艺《青春有你》终于发布官宣。诸多波折折后,“偶像”一词仍保留着惯有的热度和争议。赛道已颇为拥挤。1月22日,腾讯《创造101》第二季重新宣传文案,更名“创造营2019”,节目上线时间或已提上日程。至此,优爱腾三方携手入局偶像综艺,年内将有300余位练习生集中接受市场检验。繁荣之下,问题已然凸显。一方面,由偶像选秀所带动的粉丝集资、应援打榜、安利控评等行为,与大众圈层摩擦不断;另一方面,部分经纪公司与品牌商热衷于“捞快钱”,已引发粉丝诸多反弹情绪。伴随着政策层面对流量明星及偶像选秀节目的管控升级,其未来走向如何,有待商榷。

上线风波不断

虽说热度居高不下,但今年偶像综艺的上线之路似乎颇为波折。分平台来看,优酷的《以团之名》在去年年底经历了项目停摆、选手解散等传闻,2018年12月7日,节目发布会临时取消,彼时有报道称其“箭在弦上却屡遭遭停播叫停,导师阵容悬而未决”。直到12月11日才正式官宣。面对诸多传闻,优酷方面表态称,“阿里对大文娱、对优酷、对内容产业投入的决心、信心、耐心都不会改变”。1月16日,节目总监制、阿里大文娱优酷综艺监制中心总经理宋秉华在接受《证券日报》记者采访时表示,是有一些波折,但远远不是传闻中那么大的波折,更不至于用“凉凉”来定性,经历了这个过程,反而更加下定决心去推进项目。不过值得注意的是,《以团之

名》的播出安排一直尤为神秘,甚至在上周的视频会上,也并未公布确切的上线时间。有粉丝向记者表示,此前的普遍共识是,优酷的《以团之名》将在1月18日晚间与爱奇艺的《青春有你》同步上线。但令人没想到的是,1月17日傍晚,优酷方面突然宣布首期节目将于当晚20时上线,按照该官宣时间计算,距离开播仅两小时。有粉丝表示,甚至有些措手不及的感觉。这厢优酷突袭上线,另一厢早已宣布定档的爱奇艺《青春有你》却临时改档。

根据此前的海报及宣传物料显示,《青春有你》将在1月18日20时首播,但当晚却并未如期上线,爱奇艺方面随后发表声明称,“为了以更完美的姿态与您见面,我们需要更多时间”,值得注意的是,其并未提及延播时间。一时间,外界关于其能否上线、何时上线的讨论成为热点。粉丝内部也一度传出节目是因打投行为未过审、男选手佩戴耳钉等因素无法播出,但并未得到官方回应。直至1月21日下午16时,《青春有你》在官方微博发布最新海报,称“今晚8点,不见不散”,才正式确定了最终上线时间。

求生欲满满

各平台方对节目内容及宣发的谨慎态度,或是出于对眼下偶像产业种种乱象的考量。事实上,伴随着去年《偶像练习生》、《创造101》等节目的火热,国内偶像产业全面爆发。但与之相伴而来的,则是产业内部与粉丝群体间问题不断。一方面,举例来看,比赛期间部分集资涉及金额动辄上千万元,而因监管不透明,集资跑路的情况时有发生。在业界看来,鉴于相当一部分追星群体仍是未成年人,由偶像



选秀节目所带动的三观能否正确引导其行,值得商榷。另一方面,政策层面对此类节目的监管正不断收紧。去年11月27日,广电总局部署落实《国家广播电视总局关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》。提到要坚决向追星炒星、过度娱乐化、低俗媚俗、高价片酬等说“不”,倡导“小成本、大情怀、正能量”的创作方向。在此背景下,不难发现今年各平台的宣传口径似乎正有意淡化“偶像养成”、“选秀”等方向的热度,转而强调“青春励志”、“团体成长”等关键词。具体来看,爱奇艺《青春有你》实质上承接于去年的爆款综艺《偶像练习生》,但节目却一度更名为《年少有你》,最终调整为《青春有你》,定位“青春励志综艺”。有粉丝指出,最新播出的节目中,“练习生”的说法替换成了“训练生”,宣传口号由“越努力,越幸运”变更为“越努力,越优秀”。而优酷方面的《以团之名》,则

众展现有才华、有梦想、有爱心的新时代青年,把公益传递给用户。

优爱腾正面比拼

除上述两档节目外,腾讯方面的《创造101》第二季也在1月22日再次造势,宣布“创造营2019,入营!”。以此来看,年内优爱腾三方将在偶像选秀领域正面对垒。事实上,业界普遍认为,去年的多档偶像综艺已经带动市场做出改变。

以《青春有你》为例,公开信息显示,此次有47家经纪公司的练习生参与录制,而去年这一数据是31家。同时,除选秀出道的NINE PERCENT、火箭少女外,包括坤音娱乐的ONER、觉醒东方的Awaken-F、香蕉娱乐的Tangram等,都开始以偶像团体的定位频繁活动。

有粉丝向记者表示,偶像艺人的出镜率大幅上涨。一方面,围绕偶像产业上下游,打歌舞台、运动会竞技等衍生类节目逐一亮相;另一方面,新晋偶像成为各平台综艺内容的深度参与者,包括爱奇艺的《Hi室友》、《小姐姐的花店》,腾讯的《口红王子》,优酷的《挑战吧太空》,芒果TV的《野生厨房》、《明星大侦探》等,均有偶像艺人的出现。

有业内人士指出,虽然偶像产业一片繁荣,但不能忽视的则是,产业仍处于不断“试错”的过程,部分新晋艺人并不具备过硬的专业能力。同时,经纪公司及品牌方快速商业变现、捞快钱,已经引发广泛质疑。

姜滨向记者表示,想要走上偶像这条路的训练生越来越多,对整个行业的进步是有一定帮助的,但节目应该传递的是“为什么要走这条路”、“是否做好了准备”、“凭什么能走下去”,“大家需要正向的去看待这个行业,不能拔苗助长,只关注到能不能给自己带来红利”。

GQY 视讯连亏两年 开封国资拟高溢价接盘

■本报记者 周瑶 见习记者 吴奕萱

近日,GQY视讯大股东股权转让事件受到了投资者的广泛关注,公司控股股东高斯公司的股东已与开封金控投资集团有限公司(以下简称“开封金控”)签署了《股权转让框架协议》。转让方为高斯公司股东郭启寅、袁向阳夫妻,合计持有高斯公司68.1967%的股权,是GQY视讯的实际控制人,股权转让款总计7.835亿元,溢价率达到114.8%。开封金控需向郭启寅夫妇支付650万元作为谈判保证金,可以用来冲抵最后一笔股权转让款,一旦股权转让完成,公司实际控制人将由郭启寅、袁向阳夫妇变成开封金控。GQY面临暂停上市压力。GQY视讯是国内第一家可视化信息平台——大屏拼接显示系统的研发、生产、制造商,也是宁波第一家创业板上市公司,公司致力于

专业视讯和智能机器人的研发、生产及销售,业务产品为“专业视讯”与“智能机器人”两个产品系列。然而上市以来,公司盈利能力持续走低,大屏幕拼接显示系统毛利率从当初的50%左右降到了现在的30%左右;2014年GQY视讯进入机器人领域后,相关参股公司的盈利效果也不明显,公司智能机器人相关产业营业收入仅占GQY视讯营业收入的1.73%。近几年GQY视讯更是连续亏损,2016年公司亏损净利润216951万元,2017年亏损1.05亿元,2018年上半年亏损1.05亿元,2018年前三季度实现净利润331163万元,但第三季度仍亏损286.48万元。2018年1月份至9月份,GQY视讯子公司新纪元机器人、GQY自动化、奇科威智能、洲际机器人的净利润分别为-34.86万元、-12.27万元、-651.66万元、-818.81万元。根据《深圳证券交易所创业板

股票上市规则》第13.1.1条第(一)项“上市公司出现最近三年连续亏损的情形,深圳证券交易所可以决定暂停其股票上市”的规定,若公司2018年度经审计的净利润仍为负值,深圳证券交易所可能暂停公司股票上市。值得一提的是,双方在正式签署转让协议时,有多项交易条件,包括GQY视讯账面资金(含现金、银行存款、理财产品净额)不低于5.9亿元;GQY视讯主要财务指标(净资产、总资产)与2018年三季度公开披露数据不存在重大负面偏差;GQY视讯2018年度净利润不低于1800万元等。针对GQY视讯目前的经营情况以及能否完成上述交易条件,记者曾多次联系公司董秘黄健,其表示相关内容已在公告中披露,不便接受采访。据GQY视讯公告显示,2018年下半年,公司将根据年初制定的经营计划有序开展各项工作,以效益为中心,持续加大市场开拓力度,

争取相关订单;完善内部控制精细化管理,降低成本费用;积极拓展新业务,进一步优化产业、行业布局;盘活存量资产,增加公司收益,从多方面确保公司2018年年度实现扭亏为盈。此外,GQY视讯在1月11日晚回复深交所关注函中称,拟在这次股权转让完成后,将上述四家亏损子公司剥离出上市公司体系,集中资源发展视讯产业。开封国资拟接盘。据公开资料显示,此次股权转让受让方开封金控为国有全资企业,成立于2017年6月份,注册资本为17.8亿元,是开封市人民政府结合《河南省人民政府办公厅关于促进政府投融资公司改革转型升级发展的指导意见》进行组建的。实际控制人为开封市人民政府。公司经营业务范围包括从事对国家经营计划和项目进行投资、控股公司服务、债权投资、风险投资、股

权投资活动及相关咨询服务、融资租赁、兼营与融资租赁业务相关的商业保理、非证券类股权投资基金管理服务及相关咨询服务、资产管理、资产受托管理与咨询、财务咨询。截至2018年12月31日,开封金控总资产16.36亿元,总负债6.47亿元,2018年实现营收2.58亿元,净利润2177.5万元。此前,深交所对GQY视讯发出问询函中还包括开封金控受让宁波高斯股权的原因。据公司回复,开封金控自成立以来,以“金融+产业”的投资方向开展经营活动。为加速布局资本市场,在当前二级市场股价处于历史低位的背景下,开封金控认为投资时机合适,故计划通过收购的方式取得上市公司控制权。未来的方向。”

《古董局中局之佛头起源》复玩率达35.5% 五元文化与Netflix同时试水互动剧

■本报记者 谢若琳

作为全球视频流媒体服务商的标杆,Netflix(奈飞)的业绩表现一直备受关注。日前,该公司披露了2018年第四季度财报,一方面,利润同比下滑,烧钱的力度没有改善;另一方面,用户增长速度超市场预期,付费订阅用户总量增至1.39亿。Netflix快速吸引用户的关键,无疑是内容。第四季度,该公司集中上线了《蒙上你的眼》、《罗马》、《黑镜:潘达斯奈基》等作品,构筑内容护城河。其中,《黑镜:潘达斯奈基》被视作Netflix向互动剧发起的新尝试,该剧模式本身似乎比内容更受关注。几乎在同一时间,国内网剧《古董局中局》也推出互动迷你剧《古董局中局之佛头起源》(下称《佛头起源》),让人眼前一亮。毫无疑问,互动剧的观众参与度更高,沉浸感更突出。那么在即将

进入的5G时代,互动剧是否会颠覆传统,成为互联网时代的影视潮流?试水互动剧。与传统的好莱坞影视公司不同,Netflix天生自带互联网基因,成立以来该公司不断创新,在内容方面也多次番发起挑战。高盛互联网分析师希思·特里表示,Netflix在内容、技术和分销方面的投资将推动用户增长远远高于市场预期,无论是在美国本土还是在国际市场。Netflix优势更多在于创新方面。比如,《黑镜:潘达斯奈基》上线后备受争议,在IMDb获得评分7.4,豆瓣评分7.0。该片共有5种结局,通过观众对不同选择,决定剧情走向。财报披露后,Netflix的首席产品官Gregory表示:“互动内容是我们使用我们高科技、高度灵活性的发行网络对于如何革新线上故事的

一次尝试。我们很欣喜看到此类内容对于用户参与度提升,我们预期未来将在此领域做更多的尝试。”关于互动剧,Netflix的首席内容官Ted Serandos表示:“过去几十年,对于互动剧探索有很多失败的尝试。我们在制作过程中,征询了诸多行业专家意见,尝试很多种可能性,来保证用正确方式推出互动剧。对于《黑镜》,总共拍摄了5个小时的内容,用户可以选择自己的演变路径,最终有无数种排列组合,这是一次令人兴奋的尝试,也体现了Netflix的独特性。”与《黑镜》的模式相同,《佛头起源》推出也引发业内关注。据了解,该片是网剧《古董局中局》的衍生短剧,出品方是五元文化与互影科技。在拍摄正剧的过程中,五元文化的宣传团队准备宣传物料时,提出互动的设想。“《佛头起源》是与正剧一起拍摄的,所以该片的品质是有保障

的。”五元文化相关负责人告诉记者,由于互动剧的算法比较复杂,所以具体的点击量数据还没有统计,从目前可以统计的数据来看,该片的复玩率达35.5%。换句话说,对于互动剧的观众,看完影片后会选择再玩一遍,选择不同的结局。未来新突破。如果要给一家公司贴标签,五元文化当属国内影视行业的创新先锋。从《灭罪师》《画江湖之不良人》到《白夜追凶》,五元文化在网生时代一路开挂。该公司成立三年,已经完成了两轮融资,被业内誉为“爆款制造机”。五元文化的联合创始人马李灵珊在接受《证券日报》采访时表示,通讯设备的普及决定了未来用户趋势转向,“移动网络将是内容大潮的方向,而符合观众需求的模式,就是

短视频年内持续井喷 知识类短视频或成下一“风口”

■本报记者 余若昕

1月18日,抖音宣布与2019春晚达成独家社交媒体传播合作。目前,抖音短视频国内日活跃用户已经超过了2.5亿人次,月活跃用户则超过了5亿人次。毫无疑问,2018年,是短视频井喷的一年。这一年,短视频产业迅速发展,以抖音为代表的短视频app成为了年轻人生活中的调味剂。根据卡思数据统计,2018年,短视频领域的用户规模保持着每月8.8%的增幅。纵然行业高速发展,不过,从目前的短视频领域来看,“娱乐至上”的概念仍然深入人心,内容依旧集中在美食、搞笑段子、美妆、歌舞、穿搭等娱乐消遣领域,而高端知识内容目前存在感依旧较低。

近日,中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频平台管理规范》《网络短视频内容审核标准细则》,短视频迎最严审核标准,100条内容将被禁止。有业内人士预测,随着短视频严审标准的上线,知识类短视频在未来或成为流行大势。在中网视讯创始人、CEO李锋看来,在内容上,互联网需要更多除了娱乐之外有价值,能够让用户在有趣中获取知识的内容。

事实上,知识类短视频的崛起早有苗头。在抖音平台上,知识科普类的短视频越来越多,而一些知识分子也成了平台上的红人。例如:华中师范大学教授戴建业,目前在抖音平台上已获397.2万赞,190.2万粉丝。此外,由中网视讯传媒科技公司制作的,关注历史人文、自然地理、文化风俗等领域的互联网文史短视频产品看鉴,也在今日头条、腾讯视频、爱奇艺、优酷、b站等平台亮相,影响力甚广。例如在二次元网站b站上,看鉴系列视频中,播放量最多的短视频可达20.5万次;在腾讯视频,播放量最高的短视频播放量达到了1003.3万次,在爱奇艺中,热度最高的短视频峰值达到了1995。

李锋对《证券日报》记者表示:“与许多互联网公司轻产出不同,我们的内容投入较大,需要更严谨的对待内容,此外从制作上来讲,花费会更大。并且,所谓的爆款很难出现,我们的产品并不太迎合人们心中爆款的心理。”虽然大家都明白爆款的重要性,但并不意味着爆款而做爆款,背离所做的事情本身。爆款的核心内容是,如何将自身的内容做的更有趣、更有意思,让更多的人更愿意去接受。

可以说,“内容为王”是整个中网视讯以及看鉴品牌的核心内涵。在内容方面,其短视频品牌看鉴囊括了看鉴·人文历史、看鉴·地理以及看鉴·V这三个内容板块。看鉴·V是针对受众推出的知识付费类节目。在被问到该如何权衡哪些内容应当属于付费类节目时?李锋表示:“免费的内容需要有趣,付费的内容需要有用”。

关于知识付费,在李锋看来,用户付费涉及两个层面:一是机构层面;二是用户培养层面。而用户培养层面需要一个漫长的培养过程,用户会逐渐对付费有甄别能力,明白什么样的东西值得付费。此外,除了短视频,看鉴还将业务布局拓展至“大教育”领域,为4岁-15岁学龄儿童带来知识付费短视频,制作了《唐诗大电影》、《十二生肖》、《给孩子的第一条性教育课》等课程,让中国传统文化伴随并助力影响孩子的健康成长。

国产优质动画潮爆发 “熊出没”定档大年初一

■本报记者 陈炜

一部《白蛇:缘起》,再次让业界看到了国产动画的希望。淘票票专业版数据显示,截至1月22日16时,《白蛇:缘起》上映12天的累计票房为1.9亿元,豆瓣评分维持在8分,超过同档期的热门影片《大黄蜂》、《密室逃生》、《掠食城市》。甚至已经有观众将其冠上了“国产动漫良心之作”的称号。事实上,业界普遍认为,近年来国产动画作品不断,但叫好不叫座的情况时有发生。往前追溯,包括《风语咒》、《昨日青空》、《大护法》、《猫与桃花源》等作品内容类型丰富,均保有着不错的口碑,但总体大盘不甚乐观。但不容忽视的是,伴随着《大圣归来》及《大鱼海棠》等作品的突围成功,也让业界看到了国产动画的可能性。此前有业内人士向记者表示,国漫的春天要来了,口碑好、制作精良的作品,越发能够得到市场的认可。

目前来看,即将到来的春节档也将迎来两部国产动画。淘票票专业版数据显示,包括《小猪佩奇过大年》、《熊出没:原始时代》均已定档2月5日(大年初一)。

值得注意的是,二者均为系列IP作品。其中,《熊出没:原始时代》为“熊出没”系列的第6部作品。公开资料显示,影片由华强方特(深圳)动漫有限公司、乐创影业(天津)有限公司、天津猫眼微影文化传媒有限公司、万达影视传媒有限公司等10家公司联合出品,将同步发行2D、3D版本,于大年初一全国公映。《证券日报》记者从淘票票平台统计数据来看,“熊出没”系列前5部作品的票房分别为2.48亿元、2.96亿元、2.88亿元、5.23亿元、6.05亿元,累计票房已接近20亿元,堪称经典国产动画IP。因此,此次《熊出没:原始时代》的表现备受期待。目前来看,截至1月22日16时,《熊出没:原始时代》的点播及预售票房达1951.3万元,淘票票评分8.9分。有参与首映的观众向记者表示,“在影片中感受到了友谊与勇气,非常暖心”。也有粉丝提到,“这是《熊出没》系列电影目前为止最好的一部,感受到了影片每年都在进步,对中国动画越来越有信心”。