掃描微信
公衆號二維碼
關注
新經濟故事

片約不斷 忙碌不停 橫店一景難搶

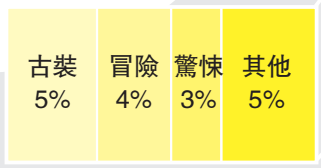
網絡電影疫境興起 火紅如80年代港片

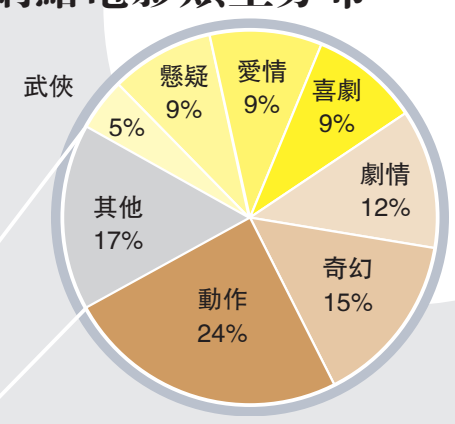
△廣東工力影視有限公司創始人、網絡電影導演黃羿 受訪者供圖

疫情之下，傳統電影哀鴻遍野，網絡電影卻以最快的速度攻城略地。今年以來，在橫店拍戲的劇組超過340個，其中大多數是網絡電影。「很多劇組在橫店搶景，來得晚就沒有景了。」廣東工力影視有限公司創始人、網絡電影導演黃羿說道。疫情以來，該公司陸續有10多部電影取得拍攝許可，手中片約不斷，忙碌不停，「每天一睜眼就是工作，大半年時間不在廣州總部，全國各地到處飛。」

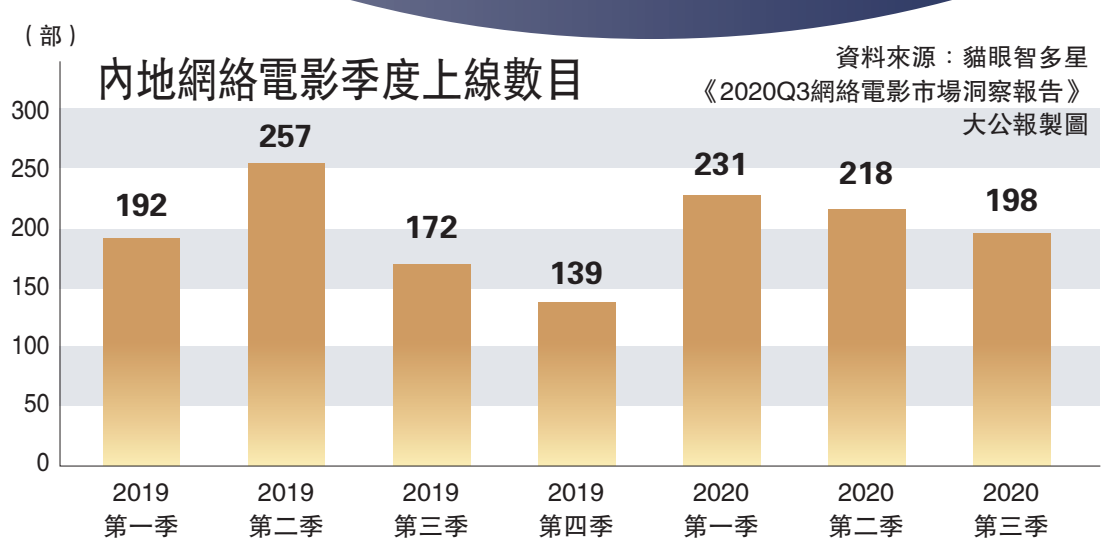
大公報記者 盧靜怡

▲黃羿（右二）和演員在片場中

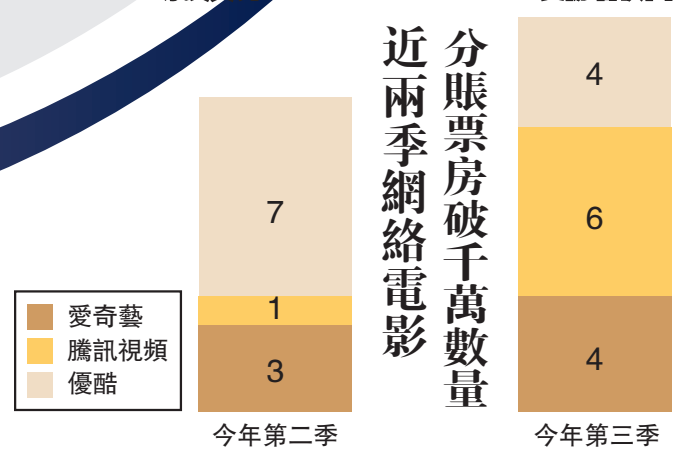




資料來源：貓眼智多星《2020Q3網絡電影市場洞察報告》
大公報製圖



資料來源：貓眼智多星《2020Q3網絡電影市場洞察報告》
大公報製圖



▶工力影視廣州辦公室 大公報記者盧靜怡攝

一頭長髮、一副茶色眼鏡，外形不羈的黃羿，言談卻很親和幽默。五年多前，他從4A廣告公司半路出家轉型網絡導演，曾執導《牧野詭事之金豹子》、《牧野詭事之神仙眼》、《新龍門客棧之金鑲玉》等叫好叫座的網絡大電影。談起網絡電影，他更是妙語不斷，冒出不少盞鬼比喻。「現時內地的網絡電影，火紅程度就像80、90年代的香港電影。拍攝周期短、出片多、受眾廣。」

廣電總局數據顯示，7月網絡電影規劃備案部數，同比增長113%，環比增長48%，創造了網絡電影有史以來最高值。在網絡電影爆發的熱潮下，黃羿每天行程非常忙碌，但自言是「工作狂」的他，寓工作於娛樂。「別的導演片子一殺青，就急急離開。我每部片殺青，都很不捨。」今年黃羿正忙着執導網絡電影《白狐》，這是他作為網絡導演的第十部電影。

優勢在製作 試用新技術

冬天的橫店，大清早就有「北漂」的群演排隊入場，不同片場的群演坐在小板櫈上妝髮。提起今年飛到橫店拍片的經歷，他也不禁吐槽道：「在橫店，景都搶不到！上百組人在拍片，現場差不多就有7、8成是網絡電影。」對於網絡電影火爆，院線電影失色，黃羿認為，網絡電影近年來逐漸培養出大批觀眾，惟尚未進入主流視野。「疫情加速了網絡電影的觀影趨勢，大家都養成了上網看電影的習慣。」

黃羿認為，雖然上映平台和載體不同，但兩者本質都是電影。「電影，就需要重視內容，講好故事。在這方面，傳統電影和網絡電影最大的差異是觀眾群體的不同。」他談及，網絡電影的觀眾以三四線城市的青年為主，較喜歡古裝、玄幻、奇幻、魔幻等題材，香港資深明星等元素也很受歡迎。「不少網絡電影受眾群體都喜歡七、八十年代的港片元素，如倩女幽魂、茅山道士等，都是網絡電影受歡迎的題材。」

「我們公司的優勢在於製作。」黃羿告訴記者，網絡電影積極嘗試新技術，如即時三維渲染、即時合成等均是最先運用在網絡電影。為了壓縮創作成本和製作周期，黃羿團隊早在數年前開始做「即時剪輯」，是當時業界少有的「後期前置」的做法。「拍攝鏡頭當場剪輯，查漏補缺一目了然，就不會像很多劇組一樣，面臨後期剪輯時需要補拍鏡頭的問題。」

◀工力影視一個導演辦公室牆上，寫滿了類似「九龍皇帝」眞跡一般的塗鴉 大公報記者盧靜怡攝

拍攝周期短 最快7天完成

內地網絡電影拍攝周期一般在20天左右，但工力影視控制在10天，最快7天拍完。黃羿透露，「拍攝周期越短，就需要前期策劃得越精細。」為此，他根據電影製作需要，將團隊人員分成數十個小組，每個部門都有自己的工業化標準，形成一套運轉高效、成本節約、品質可控的電影製作體系。

「工業化標準即是可視化、可量化、可控制，我們盡量將所有事情都表格化。」在黃羿看來，網絡電影都在「競速拍攝」。冬季天氣轉涼，而網絡電影卻是最火熱的季節。凌晨三點多，黃羿又在朋友圈更新了數張劇組現場花絮照片。青煙繚繞的場景中，導演、攝影、演員都正專注一部古裝片拍攝中。嚴冬之下，依然是他們的春天。

「非科班出身 但更認真拚命」

追逐夢想

畢業於廣州美術學院的導演黃羿，從小有一個電影夢。「當時做導演門檻很高，我只能拍點廣告，小打小鬧自己試試。」2014年，當時33歲、正在4A公司擔任創意總監的黃羿，薪資豐厚、工作穩定，但心裏依然嚮往着執導電影。俗話說「男人三十不轉行」，黃羿心裏一直在掙扎：「如果轉做導演，那我一入行就是『老年導演』。但33歲了，有些事不做，就一輩子也沒機會了。」

那一年，黃羿果斷地從廣告公司離職，「單方面」宣布自己是導演，開始接拍廣告片。從零起步，「墊錢拍廣告」是家常便飯。「反正一開始不賺錢，但我是真的很想拍好每部片。」黃羿誠懇認真的態度，並不比專業廣告公司差的出品，讓他累積了一定客源，走上正軌。「那時最高峰一個月可以拍7條片！」

2016年，內地網絡上首次上映了一部120分鐘標準規格電影，宣告網絡電影的誕生。那是經歷了三年磨練的黃羿，站得離電影最近的一次。「其實當時我的廣告業務很穩定，而新生的網絡電影如何賺錢，能否賺錢，一切都是未知數。」黃羿感懷稱，不少MV導演、廣告導演的終極夢想都是做電影導演。思前想後，他最後還是咬咬牙，和朋友一起合資幾十萬拍了一部電影《大風水師》。

◀黃羿六年前從廣告公司離職，投身網絡電影行列

「編劇、導演、美術是我，特效、編輯、後期是另一個朋友，海報也是我們團隊自己做。」黃羿當時的團隊只有4、5人，唯有不斷「碌人情卡」。「很少人，很少錢，但用了最大的熱誠！」黃羿如此形容這個似乎不可思議的起步。

《大風水師》在網絡橫空出世，點擊量過億，上線票房超過600萬。這個當時名不經傳的小團隊，還獲得了2016年釜山電影節新媒體電影最佳製作獎。如今，黃羿的團隊已拓至逾40人，當中大多數人都並非科班出身，有主持人、有編劇，偏偏沒有來自專業院校的。「專業出身的電影人普遍比較心氣高，瞧不上小投資、拍攝流程短的網絡電影。」

「我們非科班出身的，會更快，更認真，更拚命，更貼地氣。我們不會有所謂的架子，如果市場不接受，我們會改。」黃羿說：「其實我們也有追求。只不過我們這批拍網絡電影的人，一開始就是沒機會拍電影的人，所以我們會特別、特別珍惜這個機會。」

投資回報快 港星參演有保證

方興未艾

內地網絡電影，對香港觀眾而言，或許是個較為陌生的名詞。但在網絡電影裏，卻有不少港人熟知的名字：元華、羅家英、徐少強、高雄、鄒兆龍……這些香港金牌配角，如今儼然成為內地網絡影視市場無法忽視的主力軍。

吸引香港演員北上的網絡電影究竟是何方神聖？網絡電影是指以互聯網為首發平台的電影，比起動輒需要1到2年籌備拍攝時間的傳統電影，網絡電影製作周期短，從創意到拍攝再到後期製作，可在兩、三個月內完成。據業內人士透露，因製作周期短，網絡電影投資回報快，可在一到三個月內收回投資，而傳統電影則需時約一年。

網絡電影的收入主要來源於視頻平台以及影片貼片廣告分成。網上公開信息顯示，以愛奇藝平台為例，觀看超過6分鐘是一種有效的點播。有效點播一次，非獨家播出可獲分賬1.5元；獨家播出則可獲分賬2元。視乎具體合同簽約情況，付費期採用會員付費分成模式；付費期結束後為免費觀看，其分賬模式為廣告分成。如一部在視頻平台上獨家播出的網絡電影，吸引來500萬次有效播放，那麼其線上票房收入就能達到1000萬。

至於網絡電影的受眾主要來自三四線城市的小鎮青年。數據顯示，44.1%的小鎮青年，每天上網看影視劇超過一個小時，49.3%的小鎮青年有過付費行為。另據《2019小鎮青年報告》分析，相比一線城市青年動輒兩三個小時的通勤、「996」的工作時間，小鎮青年擁有更多空閒時間。

▶黃羿與香港知名演員鄒兆龍（左）在拍攝現場交流

歷經大浪淘沙 邁向精品化專業化

投資者說

受疫情影響，線下娛樂受限，促使更多用戶轉移到線上娛樂。國宏嘉信資本創始合夥人冼漢迪對《大公報》表示，疫情加速「宅經濟」發展進程，其中網絡電影作為重要線上娛樂方式之一，也迎來了一次廣泛培育用戶的機會。他指出，網路電影經過前期高速發展、行業洗牌階段，近兩年已逐步形成向精品化、專業化發展趨勢，高品質作品成為平台的「吸粉」利器，同時也吸引着越來越多優秀人才加入這個行業中。

國宏嘉信資本是工力影視較早期的投資方，冼漢迪認為，黃羿導演過往在廣告業具豐富經驗，擁有很強的創造力和天馬行空的創意，是網絡電影行業最早的一批頭部參與者。過去幾年，團隊創作出多部票房過千萬的網絡電影，受到行業廣泛認可，持續產出優質作品的能力，是這個「內容為王」的時代十分重要的要素，也只有這樣才能一直受到市場的關注和支持。

冼漢迪還提及，黃羿對香港電影非常有感情，在他的作品裏經常能看到致敬香港電影的橋段和文化元素，而香港題材、傳統港片IP也是網絡電影觀眾很喜歡看的內容。

工力影視副總經理何穎華也認同，若網絡電影出現一兩個香港資深演員，在內地便會大受歡迎，「不少香港的老演員，既敬業，戲又好，也有一定的名氣。在拍片過程中還能提攜幫助一些新演員提高演技。」

在何穎華看來，投資方對網絡電影普遍看重四大因素，包括是否有頭部IP、是否有明星參演、導演是否有票房保證、收益比情況。她透露，資本之所以比較青睞一些頭部IP作品，是因其在網絡已積累大批觀眾，並形成口碑；而明星參演則有流量保證。「導演過往的票房成績也很重要，導演票房達到千萬級別的，基本不難拿到投資。」

此外，今年的疫情讓投資者更注重收益比。何穎華說，最近投資方對項目的評估周期變長，而「50%左右的收益比是投資方樂意接受的。」