

中国网络视听节目服务协会

会员通讯

(2018 年第 10 期总第 130 期)

中国网络视听节目服务协会编

2018 年 8 月 21 日

要闻

国家广电总局持续巩固上半年对视听网站整治效果

国家广电总局公布 2018 年度网络视听节目内容建设专项资金扶持项目案例部分评审结果

文化和旅游部加强网络文化市场监管集中执法检查 27 家网站

协会资讯

2018 年全国网络视听节目主持人培训首期班正式开课

会员资讯

芒果 TV：聚焦国家发展，打造优秀节目

腾讯视频：自制专题节目《奥运十年》上线 | 嗨剧社夏令营活动传递大学生青春正能量

优酷关注中国原创力量 生态赋能力纪实内容发展

金盾影视中心：网络电影《狂战》获良好市场收益

行业资讯

爱奇艺、优酷、腾讯视频联手 6 影视公司表态抵制演员高片酬

YouTube 将超越 Facebook 成为美国第二大网站

流媒体平台 NewTV 完成 10 亿美元融资 阿里迪士尼投资

专题

2018 已过半——网络电影开启精品化之路

●要闻

国家广电总局持续巩固上半年对视听网站整治效果

继上半年国家广播电视总局联合北京市新闻出版广电局对多家视听网站突出问题开展系列整治工作后，为进一步巩固治理工作成效，严肃问责效果，压实主体责任，遏制问题反弹，北京市文化市场行政执法总队按照国家广播电视总局要求，根据《互联网视听节目服务管理规定》，近日又分别对“快手”开办单位北京快手网络科技有限公司，“今日头条”、“西瓜视频”开办单位北京字节跳动科技有限公司和“抖音”、“火山小视频”开办单位北京微播视界科技有限公司存在的问题作出警告和罚款的行政处罚。

网络空间是亿万民众生产生活的新空间，持续深入推进网络视听空间清朗，关系人民群众的切身利益，需久久为功，毫不松劲。今年以来，国家广播电视总局认真贯彻意识形态工作责任制，重拳整治了一批违规网站传播有害节目的行为，带动互联网视听节目生产制作传播企业大范围深度清理了有害节目、应用和帐号，严肃追究了相关网站责任人的责任。相关视听网站进一步增强了责任意识，强化了内容管理制度，大幅增加了内容管理力量和正能量内容建设，履行主体责任的能力进一步加强。针对“今日头条”“快手”等前

期问题突出、社会影响较大的网站，国家广电总局联合属地主管部门持续加强监看和督导，要求两家机构在已开展深入整改工作的基础上，不断升级有效管用的管理办法，无死角清除存量问题节目，坚决遏制突出问题节目死灰复燃，严密管控新增变种问题节目。对“今日头条”新近上线的娱乐视频应用，主管部门责成该机构限期提供可信度说明，包括防止出现恶搞节目、非法剪辑改编视频、已关停的“内涵段子”低俗内容倒灌等具体实施办法，为进一步准确评估、依法处置和综合治理提供主客观依据。

（本文转载自国家广播电视总局官网）

国家广电总局公布 2018 年度网络视听节目内容建设专项资金扶持项目案例部分评审结果

为引导和鼓励优秀网络视听节目制作播出，不断提升网络视听节目内容品质，国家广播电视总局今年继续开展网络视听节目内容建设专项资金扶持项目评审工作。

根据《网络视听节目内容建设专项经费使用管理暂行办法》和《网络视听节目内容建设扶持项目评审章程》，经各省级广电行政部门、总局有关直属单位和中央直属单位推荐，总局网络视听节目内容建设专项资金评审委员会审核，

最终确定 2018 年度网络视听节目内容建设资金扶持项目案例部分资助名单。

现已将名单公布在国家广播电视总局官网上。

(本消息来自国家广播电视总局官网)

文化和旅游部加强网络文化市场监管

集中执法检查 27 家网站

近期，为规范网络文化市场秩序，严查含有低俗内容的网络文化产品，文化和旅游部部署开展专项查处工作，依法从重查处部分内容违规网络文化经营单位，组织开展网络动漫、网络音乐市场集中执法检查，27 家主要网络动漫、网络音乐网站被列入检查对象名单。

(本消息来自中华人民共和国文化和旅游部官网)

●协会资讯

2018 全国网络视听节目主持人培训首期班正式开课

为规范网络视听节目的传播秩序，提升网络视听节目主持人的政治素养和业务水平，引导网络视听行业有序发展，

由中国网络视听节目服务协会联合国广教育推出的“全国网络视听节目主持人培训”首期班于8月12日正式开课。中国网络视听节目服务协会副会长罗建辉、国际在线总裁范建平、国广控股总裁办主任杨云岫、国广教育总裁齐旭等相关领导出席开班仪式。

●会员资讯

芒果TV：聚焦国家发展，打造优秀节目

8月7日，由芒果TV、湖南都市频道、人民日报客户端联袂出品，共青团中央宣传部、求是网特别指导的《我爱你，中国》第二季将在芒果TV上线播出。节目聚焦环保战线“美丽中国守护者”，用7组人物群像，7个深情、极致的故事，勾勒英雄式普通人奋斗于无声处的赤诚家国情怀，为暑期荧屏增添一抹耀眼的中国红。

由芒果TV、湖南移动和湖南都市频道联合出品的40集大型互动电视乡村全景秀《三湘巨变微纪录·四十年四十村》微纪录片，于7月25日至9月2日播出。节目镜头对准三湘大地的40个美丽乡村，以每集5分钟微纪录的形式，用短小精悍的篇幅记录当代湖南农村的崭新面貌和人民日新月异的美好生活，反映改革开放四十年以来湖湘农村变革中

所取得的巨大成就，传递积极向上的主流价值观。节目中不仅展现了新时代青年带头致富，带领百姓创造新生活，谱写脱贫致富新篇章，更力图帮助农村在辉煌巨变中找到学习标杆，推动乡村振兴的思维进一步深入人心。

腾讯视频：自制专题节目《奥运十年》上线 嗨剧社夏令营活动传递大学生青春正能量

北京奥运十周年之际，腾讯自制专题节目《奥运十年》于8月8日正式上线，影片邀请张艺谋、姚明、李宁等北京奥运会亲身参与者分享幕后感人故事，重温感人瞬间，展现中国体育事业的巨大进步。

8月7日，嗨剧社第二届夏令营开启，来自全国100所高校的123名优秀嗨剧社社长组成“95后明日团”，参与到“视听观光团”“影视正能量议事厅”“青春力量影视节”等多种交流互动活动中。活动在促进腾讯视频创作者与95后灵感碰撞的同时，也给这些大学生传递了丰富的行业知识和“不负青春好时光”的成长正能量。嗨剧社是腾讯视频在全国高校建立的视频爱好者兴趣社团，是帮助大学生连接更广阔天地、传递青春正能量的重要线下平台，也是腾讯视频创作者深入基层体验年轻人生活，了解年轻人想法的重要渠道。

优酷关注中国原创力量 生态赋能助力纪实内容发展

在第二届北京纪实影像周期间，阿里文娱大优酷泛纪实中心总经理李炳应邀参加了“纪实影像的新媒体时代”专场论坛，并做了主题演讲。李炳表示，优酷纪实将重点关注中国创作力量的崛起。今年优酷在架构上成立泛纪实中心来整体开发纪实内容，这亦是整个优酷体系对于纪实内容的重新认识。投入方面，则会在生态资源和资金支持上提升到全新量级。

阿里巴巴大文娱生态不断赋能优酷纪实内容产业的发展。纪录片《被点亮的星球》中国版由优酷纪实与美国国家地理、云集将来传媒联合出品，这一节目集“为新一代重新定义地球”的理念、“纪实科幻”的影像风格以及奥斯卡获奖导演执导等亮点为一体，同时还将由优酷纪实联动阿里文娱生态的整合宣推来为其赋能。另外，优酷纪实还将于今年10月上映纪录电影《生活万岁》，届时将利用阿里巴巴大文娱生态内各种资源为影片宣传赋能。

金盾影视中心：网络电影《狂战》获良好市场收益

《狂战》作为后勤保障部金盾影视中心2018年网络电影全新IP力作，首次启用境外联合拍摄、真枪实弹实拍、专业战术指导全程护航的“高创制标准”，于8月1日在爱

奇艺 VIP 独家上线以来,《中国军网》《北京广播电视报》、新浪娱乐等相继发文报道,点击量已累计突破 2000 万。

●行业资讯

爱奇艺、优酷、腾讯视频联手 6 家影视公司表态 抵制演员高片酬

近日,爱奇艺、优酷、腾讯视频、正午阳光、华策影视、柠萌影业、慈文传媒、耀客传媒、新丽传媒等三家视频网站与六家影视制作公司发布关于抑制不合理片酬,抵制行业不正之风的联合声明。声明指出,共同抵制艺人“天价”片酬现象,抵制偷逃税、“阴阳合同”等违法行为。三家视频网站和六家影视制作公司采购或制作的所有影视剧,单个演员的单集片酬(含税)不得超过 100 万元,其总片酬(含税)最高不得超过 5000 万元。

YouTube 将超越 Facebook 成为美国第二大网站

据 CNBC 消息,根据市场研究公司 SimilarWeb 的一项新研究,在网站流量的竞争中,Facebook 可能很快将亚军位置让给 YouTube。在过去几年里,美国流量最大的五个网站依次是谷歌、Facebook、YouTube、雅虎和亚马逊。根据这项

研究，Facebook 的每月页面访问量大幅下降，从过去两年的 85 亿下降到 47 亿。

流媒体平台 NewTV 完成 10 亿美元融资 阿里迪士尼投资

据国外媒体报道，迪士尼、阿里巴巴和康卡斯特旗下的 NBC 环球刚刚联手完成了对全新 NewTV 流媒体平台 10 亿美元的投资。该服务由前惠普企业首席执行官梅格·惠特曼和前迪士尼董事长杰弗瑞·卡森伯格领导，专为移动设备打造。

●专题

2018 已过半——网络电影开启精品化之路

随着网络视听行业的快速发展，各网络视听内容品类获得极大发展，网络电影作为网络视听内容的重要组成部分，也经历了一个高速发展的阶段。在经过早期的探索后，网络电影初步形成了一些相对成熟的模式体系，并获得了一定的市场认可。但网络电影自身曾经存在过的一些严重问题，也让行业自身发展受到一定程度的不良影响。近两年，网络电影从自身发展角度出发，提出了“精品化”的战略，逐渐进入了从“量变”到“质变”的阶段。

为深入了解网络电影当前发展状况，我们采访到北京娱

影智库科技有限公司 CEO 黎学鹏、淘梦副总裁 淘梦银河高级副总裁 总制片人张亮亮以及奇树有鱼影业事业部总经理李思文，并梳理了网上相关信息资料，汇总为此文。

一、网络电影进入“稳健期” “内容为王”成行业共识

2018 年，网络电影行业逐步进入“稳步增长”的状态，在最初的“题材红利期”过后，网络电影不再单纯追求制作周期短、速度快、内容过于平庸、甚至低俗的状态，而是向“精品化”的阶段迈进。这一阶段，网络电影的提高主要体现在对内容品质和思想内核的把握上。

2018 年网络电影行业的整体门槛有所提高，一味追求速度、忽略质量的制作团队在行业的发展过程中被逐渐剔除出去。行业整体就“内容为王”的原则达成基本共识，行业早期曾出现过的一些内容低俗、制作水平低下的作品在市场上再难立足。与此同时，市场对于网络电影的要求也在不断提高，观众希望网络电影在题材选择上能尝试更多类型，内涵思想上能做到更加发人深思、引人回味，在制作上能更加精益求精。市场对于精品的呼唤让网络电影行业从业者进行主动自省，在创作时能更加自觉地向精品靠拢，从单纯迎合市场追求向强调其艺术性方面转变。

二、制作水平升级——网络电影逐渐注重“精耕细作”

电影自身具备着艺术性、商业性和技术性，这些属性能否充分发挥，往往取决于电影在制作过程中所投入的人、财、

物的水准。其中，最集中体现制作水平的一项指标就是制作成本。在制作成本上，低于 300 万成本的电影越来越少。单部电影费用成本较之前都有大幅度的提升。尤其是热门题材类型网络电影，其制作成本提升幅度破千万，甚至投资破 2000 万的网络电影也将会出现。制作成本的提升，为优质的内容提供了资金上的保障，同时也将有益于网络电影行业在细分领域的发展，推动网络电影行业逐步迈向产业化阶段。

行业门槛的提升给了团队更多精力去完善内容本身，做到对内容更加精益求精。在追求“精品化”的大趋势下，2018 年的网络电影在制作领域，如制作周期、服化道、摄制等几个主要环节也都有大幅度提高。首先，在筹备时间与制作周期上，一部网络电影的筹备期从早先的 20 天延长到目前的几个月，拍摄时长从最早的一周到现在的一个月。

在演员与执行团队的挑选上，网络电影创作者从之前的基本只能挑选年轻的新演员过渡到可以邀请一些有更多表演经验、表演水平更高的演员加入。制作人在挑选制作执行团队时，也将丰富的工作经验当做最重要的依据，同时随着后期导演、后期制片人等垂直人才的加入，执行团队整体更加专业、成熟，这在一定程度上保证了制作出来的作品在画面、音效等技术层面更加精良。目前来看，网络电影的整体制作水平不断提升，正逐渐趋近于中小成本的院线电影制作水平。

三、内容升级——题材选择更加广泛

就题材来看，早期的网络电影主要表现的是玄幻、鬼怪、动作等题材内容，其中一些内容带有迷信、暴力色彩，严重违背了网络视听内容相关管理政策法规，对网络视听生态环境造成了恶劣影响。

近些年随着行业的成熟以及监管力度的不断加大，该类题材的作品数量逐渐减少，网络电影逐渐在喜剧、科幻、亲情、爱情、军事等题材方面进行拓展尝试，尤其是以爱情、校园为代表的，针对女性观众的作品，在近两年的网络电影市场上越来越多，在给予了观众更多选择的同时网络电影也在尝试开拓女性观众群这片“市场蓝海”，逐渐扭转受众以男性为主的市场格局。

网络电影在经过了早期的发展之后，制作团队对于题材的选择更加理性，不再单纯相信只要制作某些题材的作品就一定能受市场欢迎。题材只是一个框架，创作者更加注重对于故事及人物的编写、刻画，更加追求人物的代表性以及故事的合理性、逻辑性。为了制作出更加优质的内容，对于编剧的选择也从早期的以名气选择编剧逐渐偏向于以经验选择编剧，剧本的打磨周期也有大幅度增加。与早期网络电影内容单纯追求“网感”相比，现在的创作者更在意对内容的把控，要编写具有可看性的故事，并在主题上做到升华，让作品为观众传递一个健康向上的价值观。

四、营销升级——玩法更加多样

网络电影由于与院线电影不同，没有高人气明星导演的加入，在营销方面难以形成会引起广泛关注的亮点，因此在早期，一些制作团队并不注意对作品进行营销宣传，导致一些优质作品被埋没。

在 2018 年，很多网络电影制作方开始意识到营销的重要性，也开始尝试借助互联网基因拓展营销手法。目前，网络电影的营销手段主要体现为线上线下的结合。

相比之前的宣传手段，线上渠道不再单纯依赖平台的宣传推荐位，而是有了多种新形式，如利用新兴大数据手段描绘出影片观看的用户画像（主要包括年龄、性别、所在地、职业类别、学历、喜好等用户特性），明确营销目标对象；通过互联网渠道针对潜在观看用户使用精准营销手段，直达目标受众；通过用户实时口碑分析（评论、弹幕等）不断调整营销工作，进一步扩大宣传影响力。营销媒介也从一开始的平台推荐位、图文，拓展到微博、豆瓣上的话题、讨论以及短视频等。在线下营销方面，主要包括在建筑物上投放广告、举办与内容相关的主题活动、进行有奖问答等方式，以此加强参与感与趣味性。

五、收益模式多元化——推动行业建立更加健康、可持续的商业模式

从目前来看，网络电影收入主要来源于视频平台的分

账、保底和买断。

分账主要指平台根据一定规则，将影片的有效点击量折合为收益，这部分收益将按照一定比例与制作出品方进行分成。针对有效点击量的衡量标准，不同平台有不同的标准，例如以爱奇艺为代表的“6分钟有效点击”即平台付费会员收看单部影片连续时长超过6分钟则计算为一次有效点击，可计入参与分账的收入。而以优酷为代表的平台则将平台付费会员观看单部影片累计时长超过1小时算作一次有效点击，可参与分账。

保底则是平台向制作出品方提供一定金额的收益，超过这部分的收益，按照平台的分账模式进行分账。

买断则是平台直接买下作品的独家播放权，该作品在平台上播放的一切收益都归平台所有。

同时，网络电影也可以获得广告植入和非会员观看播放广告收入（品牌植入收入指影片中出现的品牌所支付的费用；付费期非会员观看播放广告收入指某部影片在需付费观看的时间段内，非会员观众观看影片时，影片播放前播放的广告所带来的收入）。但目前由于网络电影的投资体量和市场认可度不高，缺乏具备广泛市场影响力的明星加入，因此广告分成收入对于出品制作方的收入贡献较小。

随着网络电影的发展，一些作品已经出现了系列化和续集化的趋势，这些作品积累了一批相对固定的受众和粉丝，

具备了进行 IP 授权的基础，因此未来 IP 授权收入也将成为网络电影制作出品方的获益渠道之一。

目前，网络电影仍旧主要依靠视频平台的分账、保底、买断获取收益，其他四种盈利方式对于当下的网络电影来说影响较小，但具有探索价值。尤其是最后一种盈利方式，这种盈利方式对于发行渠道补贴的依赖程度相对较小，能否盈利主要看内容本身。近一两年的网络电影虽不乏质量上乘之作和市场爆款，但其整体对于广泛受众的影响力还不足以与网剧、电视剧、电影相比，这也间接导致了网络电影在视频平台上尚未形成成熟的单片付费模式（为观看某部影片单独支付一笔费用，类似于院线电影购票观看的模式）。可以说，目前的网络电影虽已具备市场属性，但仍需在平台的扶持下进一步开拓可供其发展的广阔市场“沃土”。

六、仍存在的问题

尽管在政策监管和市场自身的要求下，网络电影逐步进入“内容为王”的阶段，但仍存在一些问题，主要体现在以下四个方面：

1) 现实题材的网络电影仍待开掘。从目前的情况来看，一些市场反响好、音画制作水平高的作品依旧是关于魔幻、仙鬼的，如今年上线的某部网络电影讲述的是地狱中各类神仙鬼怪之间的爱情故事，另一部作品则涉及到了利用玄幻力量让死人复活的情节。

目前市场上还是缺乏现实题材的内容，虽然也出现了像《特种兵王2》《乒乓小将》这样描画现实中热血军人、逐梦青年的好作品，但从整体来看，更接地气、更有现实意义及情感温度的网络电影还是寥寥无几。

2) 网络电影的主要盈利模式仍较为单一。作品在更大程度上还是要依赖于点击分账模式，这造成了单个项目风险较大，同时也导致了目前网络电影市场盈利项目占比低。

3) 资金周转压力较大。由于目前网络电影从业者规模体量相对较小，可获得的投资有限，一个项目从策划、拍摄到上线直至收回收益，往往需要9-12个月的时间，这给资金的周转造成较大压力，有一些小型制作公司甚至会因为无法及时获得收益而面临倒闭的困境。

4) 分账收益缺乏第三方有效监管。尽管各视频网站数据公开化程度不断深化，平台方每日为片方公布影片分账收益情况，但在缺乏第三方有效监管下所公开的票房核心数据相对而言缺乏绝对准确性，因此需要通过建立更加公正、权威、独立的第三方监管体系，让平台方与制作方在更加公平的市场环境下获得发展。

网络电影的精品化之路要想走得“更通顺”，不能单靠内容制作方或平台播出方自身的改变，而是要对行业进行整体梳理，积极从网剧、电视剧、电影行业引入更多垂直领域的专业力量，帮助网络电影行业“脱胎换骨”。

七、新的展望——2018 下半年的精品化之路将通往何方

2018 年下半年的网络电影将会延续上半年的精品化路线，在内容、营销等各个方面继续成熟。

首先，网络电影内容题材多元化、多样化发展趋势仍将继续。作品范围将从单纯的剧情片、故事片拓展到纪录片、艺术片，这些新品类的市场也将逐步形成。其次，随着网络电影内容品质不断提升、观众付费习惯的养成，为某部影片进行单独付费将成为可能。网络电影市场将从依靠视频平台会员收入补贴向纯粹的商业市场过渡。再次，网络电影线上营销对收益的作用将逐渐凸显，由单纯注重“内容”向“内容+有效营销”趋势发展。最后，随着国家文化强国和网络强国战略的推进，网络电影市场自身也将由单纯追逐经济效益向追求社会效益和经济效益并重过渡，对于社会效益的追求将更多源于创作者、平台方的内在需求而非外在要求。

网络电影自 2013 年发展至今，从最开始的探索走向成熟化、体系化，这一路走来可以发现，唯有品质和创新，才是永远的突破方向。在经历了转型期后，网络电影将会承担起向广大网民传递正能量的责任，更好地满足广大人民群众的精神文化需求。

（编审：李园园、刘少栋、韩冬、曹云霞）

（执行编辑：张武琪、李娟、韩旻、霍长远、余力）

（责任编辑：何紫薇）

报：总局领导

送：总局相关司局

发：各会员单位