

疫境自強之娛樂製作業 (二)

疫境之下，由於「台前」冷清寂寥，「幕後」光景就更加慘淡。但一片蕭條中，是否還存在立於嚴酷環境不倒，甚至逆風高飛的製作公司呢？答案是有的。

資深製作人陳思敏 (Janet)、張婉珊 (Kit) 及陳偉詩 (Denton)，於去年年底創立 We Channel 媒體平台，致力於扶持年輕視頻博主做出優質節目，同時呼應現時疫情下需求，與本地廠商合作進行網絡廣告投放與網上銷售。目前，We Channel 已有自己的網上商舖，更成功本地一些廠家合作開發出疫下宜銷的產品。對 Janet 和 Kit 而言，這一切並非疫情下的投機取巧，而是她們北上「取經」8年努力實現轉型後的新嘗試，而「撞喺」疫情推動了進展，是她們自己未曾預料到的幸運。

文、攝：黃依江



■ We Channel 創辦人陳思敏 (左)、張婉珊 (中) 及陳偉詩 (右)。

北上取經受啟發 抓住風潮轉型

製作人開 We Channel 撞正疫情贏商機

在 2012 年之前，Janet 和 Kit 分別從事電影和電視台的幕後製作工作。多年從業經歷令她們深知幕後人員的被動：「一部戲究竟開不開，我們只能在家等電話，祈禱能夠開到，電視節目亦是一樣。許多年下來便會覺得很累，如何才能將被動化作主動，做更多『落地』的事？」於是 Janet 與 Kit 一拍即合決定去北京創業，成立影視公司，在更廣闊的空間、更激烈的競爭中打拚學習，運用自己積累的技能與經驗，完成作為製作人的轉型，實現反客為主。

轉型路辛苦 惡補內地文化

「香港的影視體系比較簡單，來來去去都是那幾個投資人，老闆決定所有；但在內地由 Producer 決定得更多，可以 Develop 整部戲，開不開得成全部靠自己，Call 資金都是靠自己。」但隨著創作的能動性變得更大，對題材的要求也就更高。然而初抵內地的純港女 Janet 和 Kit，因兩地文化差異，想出的題材太多太過港式而「水土不服」，於是她們開始了「惡補」學習，Janet 回憶：「我和阿 Kit 不斷內地影視作品，試過最高峰一日睇 8 部內地影片，3 日追晒 40 多集的內地電視劇，有些我哋唔識睇，點解咁 Hit？就再上網看評論，試圖理解觀眾到底鍾意邊啲嘢，跟住返轉頭再睇多次劇。」在鑽研和不斷反思中，Janet 和 Kit 逐漸學會平衡兩地文化，做出既有香港元素又能被內地觀眾接受的作品，在內地激烈的資本市場競爭中勝出。

與此同時，她們也見到近年來內地微博、抖音等社交媒體平台湧現出許多年輕的視頻博主，從自媒體做起，逐步吸引粉絲，最終實現商業穩定變現。去年年底 Janet 回港，開始研究 facebook、YouTube 上的熱門播放內容，發現香港亦有這樣的風潮正在興起。「連我媽媽都開始用手機看一些博主烹飪的影片，我就覺得可以試吓做呢啲嘢。一路睇我就發現，通常做呢啲 Channel 嘅都係一班細路，其實好辛苦，因為大多數 Sponsor 不願意投資網台，無任何 Supporting，其實都做不長。」於是，Janet 決定要抓住這一風潮，思索是否可以幫到這些年輕人，讓他們的才華與創意變得更有價值，發展得更加長遠。

專業人士指導年輕創作者

Janet 認為，在她們入行時是香港影視業的巔峰，而如今行業有些沒落，產量不高，就業的機會亦減少。「我們是想給現在想入行的那些年輕人機會，與他們合作，但不想他們以打工者心態，而是繼續做自己想做的事。」創建 We Channel 平台，將幾位年輕視頻創作者的 Channel 集合在一處，便也是將幾個分散的觀眾群組匯集起來。「如果你自己做，一個禮拜拍兩條片，下個禮拜沒空就不拍，那麼觀眾就流失了。當我們將幾個年輕人放在同一平台內，就做到日日有片播，匯集不同內容，會有更多觀眾，也更容易找到 Sponsor。」目前，We Channel 已有六七個視頻團隊，共計十多名年輕人，原從事美術指導、現任國際表演藝術學院教師的 Denton 則向團隊提供製作方面指導：「有啲 Team 好 Creative 但拍攝方面唔得，又有一啲拍攝係強項但唔識演戲，我哋都會請一些專業人士去指導協助，資源共享，幫他們拍出更高質嘅嘢。」

Kit 笑稱，疫情初放北京工作返港，原

本是想休息一陣，未料到 3 人由「退休」無端端變成了「創業」。但令她們開心的是，與同為「創業者」的年輕人們一起合作，也令她們學到不少東西。「他們的 Idea 都是我們所想不到的，思維很不一樣。有些年輕人還教會我們一些技巧：『唔使用咁多燈嘅，一條光管就夠了！唔使用咁多部機，一部機加兩個手機就夠了！』開始我還不信，拍出來看下，效果很好。」Janet 則很讚賞年輕人的思想純粹：「多數年輕人都像藝術家，有咁 Aggressive，淨係想表達自我，不計較收入。但如果靠單一力量，冇足夠點擊又無錢賺，都會讓人灰心。咁我就支持佢哋搞藝術，我們喺後面搞 Business，用多種方式運作，做得更長遠。」

助商家開拓網上銷售市場

Janet 與 Kit 觀察到內地網絡購物以及直播「帶貨」的風潮，便試圖將這一模式也引入香港市場。「但問題是香港地方小，購物方便，所以網購不是很多。」儘管如此，早在疫情出現之前，We Channel 就試圖向一些商家提議，將廣告投放至不同的 Channel 節目中，也許會獲得意想不到的效益，大多商家卻因擔心在 facebook、YouTube 以外的節目植入廣告會顯得太過散亂，而無意接受。直至疫情發生後，線下廣告效力受損，加之網絡視頻的瀏覽量激增，之前的商家意識到網絡平台宣傳是時下必須採取的手段，於是又回心轉意來找 We Channel 合作。

「但佢哋都無 Online Shop，即使網絡宣傳做到位，消費者都要落舖買，點算？」很快，Janet 她們就建立了 We Channel 的網店，將商戶的新產品放在自家網店用線上方式宣傳銷售，也幫助商戶創建和經營自己的網店，實現由實體店到網店的轉型。在線上宣傳方面，Janet 並不希望照抄內地的直播「帶貨」模式：「我覺得那樣太『暴力』，應該溫柔啲，我們拍視頻的目的，首先是為娛樂觀眾，並非誘導他們衝動消費，更加不會每條視頻都植入廣告。」

不跟風炒作 朝原創文化走

目前香港的原創視頻博主產業鏈尚處於萌芽階段，在整個行業，We Channel 算是走得比較靠前的。「行前嘅人辛苦，但我哋唔想等到市場成形才去做，總要有人行前，去打 Marketing。」內地拚搏的 8 年，Kit 與 Janet 兩人的冒險開拓精神有增無減，亦希望能夠盡快將 We Channel 完善成為行業中的樣本。3 位 We Channel 創辦人預估，這一行業未來競爭將會非常激烈，於是拍攝內容與題材就格外重要。We Channel 的初步計劃，是逐漸擴展平台內節目的類型，希望可以融合飲食、旅遊、親子、寵物等等類型節目於一體。因為疫情之下大多人都狀態低迷，因此目前的節目是以正能量和娛樂性為主。

但在 Janet 看來，比起市面上氾濫的「時事抽水」為主要形式的視頻，We Channel 更希望在未來能夠製作出一些文化性的節目。「我們想做 Long-lasting 的 Channel，不想依賴『抽水』題材生存，更傾向有深度的原創內容，未必會跟住 YouTube 市場來炒作。」



■ We Channel 會向年輕視頻製作者提供拍攝場地和器材。



■ 團隊成員為產品拍攝網上視頻。



■ We Channel 旗下視頻團隊正在拍攝中。

小型廠轉型 為未來鋪路

超哥的食品加工廠，就是在 We Channel 的建議下，以轉型後的新產品配合網絡宣傳，成功打開網絡銷售渠道。「這是一個例子，其實任何產品都可以做到，尤其香港有很多小型工廠，都在慢慢式微，一有風吹草動比如一個疫情，就搞『死』好多，所以就無機會幫他們轉型，變成 Online 銷售。」Janet 透露，她們也正在和一些相似類型的烘焙工廠商談，只需協助他們解決消毒、包裝方面的技術問題，便可以以同樣的宣傳方法開啟網上銷售。

目前，超哥的品牌已有了清晰的定位，針對的消費群體是 20 至 30 歲的年輕工作族，連原料亦都轉為無激素、低脂健康的雞胸肉。當問及疫情後，這樣的包裝食品是否還有銷路，超哥也並不擔心：「我相信在香港，消費行為是會被疫情改變的，顧客習慣了，就會繼續買。轉型不只是為滿足一時之需，也是為未來鋪路。」

■ 超哥的食品廠與 We Channel 合作推出適合疫下銷售的產品。

研發 Crossover 包裝食品 疫下助本地工廠渡難關

「限聚令」和禁晚堂食下，許多人減少了外食次數，本地一些食品廠，原本負責供應餐廳、酒店的半成品食物比如梅菜扣肉、燻豬手等，也因此而少了訂單，經營難以為繼。開食品加工廠的超哥，與 We Channel 合作在原產品基礎上研發出幾款 Crossover 包裝食品，疫情之下頗受消費者歡迎。

「我們廠之前是 B to B (Business to Business)，意指企業與企業交易，供貨給一些連鎖餐飲企業，但現在他們也沒生意，就不要我們的貨了，所以我們只能將產品轉型，直接賣給終端客戶。」超哥透露，轉型做新產品有兩大難點，一是要保證食物安全：「原料選購盡量選擇一些追蹤得到源頭的，包裝上面專門請人把關，令包裝袋可以直接隔水高溫加熱，不會有毒。」其次就是因為不同於之前供應給餐廳，廚師會再加工演繹，現在多數顧客是不擅烹飪的年輕人，因此在包裝上，他們也細心提供出簡單易懂的烹飪方法，教他們如何享用這個美食。超哥也表示，We Channel 平台的宣傳與反饋都很重要：「這個東西我拿去街上賣，沒人買的！口味上面，他們都可以用數據給我們指引，消費者喜歡哪個，不喜歡哪個，我們都會清楚知道。」



■ We Channel 創辦人與團隊正在開會討論拍攝計劃。