

成本可控 投資回報勝院線 網絡電影闖藍海 億級用戶可期

2,000多萬元（人民幣，下同）成本，上線9天騰訊視頻播放量破億，12天愛奇藝分賬2,000萬……由奇樹有魚、項氏兄弟出品的網絡影片《奇門遁甲》，以5,638萬票房成績榮登上半年分賬票房冠軍，同時刷新網絡電影票房紀錄。當新冠疫情衝擊着各行各業之時，網絡電影卻能保持進擊的態勢，在該片投資方、奇樹有魚創始人兼CEO董冠傑看來，隨着作品呈現高質量、精品化，篤信中國網絡電影將迎來億級付費用戶市場的藍海。

等待豐收

大公報記者 孫志 任芳頤

白色T恤、黑框眼鏡、板寸頭，務實幹練，坐在位於北京東五環銘基國際創意公園的辦公室，董冠傑指了指窗外：“徐克導演的公司和奇樹有魚只隔條馬路，香港電影人很多都在內地。”剛從外地出差回京的他，對於五年發行600部網絡電影，持續市場佔有率第一，這種高頻工作節奏，早已習以為常。

作為內地網絡電影製作的頭部公司，奇樹有魚成立五年，見證了業界從拓野蠻荒到加速裂變。董冠傑提及，網絡電影發展初期的用戶群是四五線城市，而現在一二三線城市的用戶也加入進來。網絡電影市場規模的不斷擴大，觀眾審美能力的提升，也倒逼內容端的更新換代。

視頻用戶增12%

對於如何滿足越來越“挑剔”的廣大用戶，他表示，作品的主流價值觀和創作質量始終是影視創作的核心，只有更多高質量作品的出現，才能真正增加用戶黏性，推動整個網絡電影市場良性發展。

從事餐飲行業的北京市民劉先生在四年前首次接觸網絡電影，當時他感覺網絡電影內容枯燥，演員演技尷尬，特效不特，畫面不美。但今年遇到疫情，電影院沒開門，在朋友的推薦下看了網絡電影版《奇門遁甲》，“不可否認，現在的網絡電影品質越來越高，內容變得豐富，特效也越來越好。”

今年上半年，網絡視頻用戶規模與網民周均上網分別上漲了12.1%與10.4%。網絡電影在互聯網與科技的加持下，正催生着電影觀念的革命，創造着中國電影新業態。今年上半年，愛奇藝分賬票房突破2,000萬的影片高達6部，是去年同期的6倍，超1,000萬的有20餘部。董冠傑表示，相比於院線電影，網絡電影不僅成本、周期可控，就投資回報比而言，頭部網絡電影比大部分的院線電影還要賺錢。

作為互聯網文化的載體，董冠傑認為，網絡電影具有院線電影無可比擬的互動、技術、網絡優勢，特別是5G時代無疑將為網絡電影擴展出巨大的成長空間，豎屏電影、互動電影、影遊互動、VR觀影等新技術、新手段的探索和應用，可以看到網絡電影領域在未來出現顛覆性創新的可能，勢必將為網絡電影擴展出巨大成長空間。

提高品質是關鍵

董冠傑表示，儘管市場利好不斷，但放眼內地14億消費人群乃至全球市場，網絡電影還是一個正在路上的“小市場”，“希望有一天網絡電影有1億以上的付費用戶來觀看，這才是行業最振奮人心的時刻，而走上可持續發展之路的關鍵在於從業者端正態度，用情懷與匠心提高影視產品的供給質量，並建立一套產業發展模式。”

近年網絡大電影用戶規模趨勢



香港演員高參演《奇門遁甲》



▲武俠小說家溫瑞安（坐者）兩年前到訪奇樹有魚，引來哄動

翻拍港產片 帶情懷創作

文化淵源

對於網絡電影來說，港產片IP（知識產權）是重要的內容來源之一。董冠傑表示，觀眾對港片比較熟悉，有影響力基礎，且能夠直接提供劇本和影像作為基礎，更易於改編，有時還可以邀得原班人馬製作坐鎮，保證改編的質素。在諸多的借鑒、翻拍過程中，也讓港產片在網絡電影這個環境下大放異彩。

發展歷史情境暗合

從早期到現在，網絡電影在名稱、故事以及情境設置上始終與港產片有着千絲萬縷的聯繫。網絡電影從業者正是在香港電影黃金時代，看着港產片長大的一代人，港產片對他們的影響很大，他們帶着香港電影的情懷來創作，為網絡電影賦能。董冠傑直言，奇樹有魚的片子大多有香港演員參與，其中《奇門遁甲》便有香港老戲骨高雄助陣。

《奇門遁甲》的導演項氏兄弟也是看着港產片長大，1985年出生的項秋良直言，徐克導演是他的偶

像，拍攝網絡電影也是受到港產片啟發。

事實上，奇樹有魚在港產片IP方面布局較早，從《四大名捕》到《奇門遁甲》、《赤裸特工》、《賭神之神》、《新少林五祖》和《倩女幽魂》；奇樹有魚還與優酷共同打造了“新武俠計劃”，首批項目片單包含《白衣方振眉》、《崑崙前傳》、《新龍門客棧之金鑲玉》、《俠客行》等。

談及鍾情港產片的原因，董冠傑表示，網絡電影和香港電影發展的歷史情境存在很多暗合。“網絡電影仰賴用戶的選擇和喜愛，而香港電影早就這麼做了。”他介紹，八、九十年代香港的“午夜場文化”，便是在電影上映前一周選擇較繁華的影院，在午夜十一點左右放映一周，導演和演員會去現場觀察觀眾反應，若觀眾反饋不好，甚至會考慮重新剪輯，根據反饋調整之後再進行上映。

董冠傑認為，香港電影劇本的創作機制是九本制度，一部電影90分鐘左右，即把劇本分成九本，每十分鐘為一本，每一本必然有重要情節點吸引觀眾。網絡電影則是典型的六分鐘定律，六分鐘內必須吸引觀眾，讓用戶能夠持續點擊付費，這也與香港電影的創作方式不謀而合。

疫境之下 行業迎轉折

投資者說

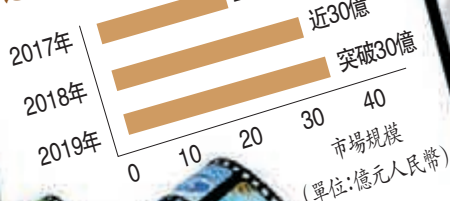
在奇樹有魚成立翌年，國宏嘉信資本已參與了投資。國宏嘉信資本創始合夥人洗漢迪接受《大公報》訪問時指出，過去幾年，網絡電影行業從高速、野蠻生長階段，進入穩定增長、專業化、精品化的發展階段。他認為，在“提質控量”的大趨勢下，網絡電影製作實現了跨越式的發展，而在今年疫情的特殊環境下，網絡電影行業更迎來了關鍵轉折點，愈發成為中國電影的重要組成部分。

洗漢迪表示，當流量紅利減退，優質內容成為吸引用戶的法寶和核心，勢將推動內容創作者不斷提升內容質量，而

行業的監管、平台的需求也在進一步促進內容提供方轉型升級，淘汰落後產能，給予行業優秀參與者更多發展的機會。他稱，奇樹有魚作為網絡電影領域的頭部參與者，擁有優秀的創作能力，不斷創新、緊貼市場，探索行業新邊界，同時不斷實現自我革新，堅持為市場提供精品內容。

今年上半年，奇樹有魚收穫了多部分賬票房破千萬的作品，也迎來了打破行業分賬天花板代表作《奇門遁甲》。他認為，隨着網絡電影品質和票房大大提升，行業也得以重構和升級，推動行業整體健康向上發展，他期待奇樹有魚未來能夠為市場、為行業帶來更多驚喜。

近年網絡大電影市場規模趨勢



掃描微信公眾號二維碼
關注
新經濟故事

近年網絡大電影發展趨勢

年份	作品數量	平均每部作品成本（元人民幣）	分賬破千萬數量
2016年	2,271餘部	100萬	0
2017年	1,763部	200萬	17
2018年	1,241部	300萬（上半年）、500萬（下半年）	34
2019年	723部	1,000萬	34
2020年上半年	391部	1,000萬	37