



陕北高原上的黄馍馍



盈利模式落后,投资回报“爱恨交加”

中国纪录片很纠结

《舌尖上的中国》热播之余,有关它所产生的经济效益也成为各方关注的话题。该片导演陈晓卿坦言,这是一部“商业纪录片”,但除了播出后相关食品销量大增以外,片子本身的商业价值仍待市场发掘。

海外发行,是纪录片实现效益的最重要方式。国内还没有成熟的纪录片市场,这令大量投身于纪录片事业的制片人、导演爱恨交加,欲罢又不能。《舌尖上的中国》,或能带动整个行业走到台前。



湖北嘉鱼挖藕人



烹制松茸



诺邓火腿

市场目前尚未打开

《2011年中国纪录片发展研究报告》显示,2011年中国自制纪录片总时长近8000个小时,却无多少适合纪录片频道播出的内容,而国产纪录电影仅收获200多万元票房,无一部收回投资。报告显示,美国探索频道每年节目制作量仅800个小时,美国国家地理频道每年节目制作量更低至400个小时,而央视纪录频道一家每年首播节目就高达2190个小时,扣除约三分之一的引进节目,依然存在

1460个小时的节目制作量。

为什么我们所获取的纪录片的信息却远远少于这些数字?原因是大多数纪录片都是低端的自杀式制作,而且在发行上存在着严重的问题。据知情者透露,崔永元为了《我的抗战》曾到地方电视台寻找买家,大家都很客气地请他吃天价大餐,但是说到买片却纷纷拒绝。中国纪录片导演的生存现状不乐观,即使是美誉度很高的纪录片,在央视播出时也往往被

排到深夜,和不计其数的电视娱乐节目及电视剧争抢观众,显然并不是纪录片的强项。对纪录片而言,老百姓的关注度、主流媒体的关注度、市场的认可度,都很边缘。

其实,中国的纪录片市场还是单一的卖方市场。据了解,业内纪录片的投资成本单集在几十万到几百万不等。一位长期从事纪录片后期制作和发行的业内人士告诉记者,纪录片的后期制作投入也很大,比如

一般而言6集的制作费用就需要160万人民币。这样的投入,国内市场又不完善,一些纪录片不得不海外找市场,否则如何收回投资?

中国纪录片作品虽然不少,但是缺乏真正意义上的市场产品,更谈不上主流产品类型。即使最具消费特征、具有一定品牌的《探索发现》也与销售市场脱节,收入与制作无法互动,不能进入良性循环,仍然不是真正的市场产品。



顺德的村宴

投资风险高回报慢

在中国影视圈里,纪录片被认为是“最不赚钱”的活儿,而且没有专门固定的交易平台和机制。不是借着一些影视节摆摊儿,就是依赖电视台之间的合作传统及节目代理公司进行交易发行。如此境况下,依靠电视台购买收回成本完全不现实。一位在纪录片领域摸爬滚打10年的制片人张海俊认为,国内纪录片“制作很强大,但营销不行”。此前,中国纪录片最高发行单价由《故宫》保持。这部录制于2006年的“国家级纪录片”共12集,每集海外售价达5万美元以上,并且经美国

国家地理频道之手,卖到了全球140多个国家,堪称中国纪录片之最。但中国有几部纪录片有这样好的销售经历?

张海俊认为,《舌尖上的中国》营销做在了前面。今年4月份的第65届戛纳电影节上,该片作为参展纪录片。中国国际电视总公司海外发行部主任张琳表示:“目前各国电视台的询价很多,但现在真不好说播放权能卖多少钱。”

由于纪录片不像电视剧,其价值收回不能急于在一两年内完成。张海俊表示:“比如《话说长江》等,隔几十年后拿出来

依然有它的魅力。它并不只有娱乐功能,还承载了社会意义,因此往往历久弥新。”

广告收入也是纪录片的收益来源之一。央视一套的收视和广告效应远高于其他电视频道,因此也能享受到一部分广告回报。一部好的纪录片成本不菲,张琳介绍:“部分纪录片一集的制作成本高达100多万元。”这一金额已经超过一般电视剧。陈晓卿一直未透露《舌尖上的中国》制作成本,不过从其“全国拍摄地点70个”、“13个月的制作过程”这些指标来看,其成本不会低。如此一来,要收回

投资,时间肯定短不了,至于回报那就更是后话了。

在国际纪录片市场发展繁荣的背景下,中国纪录片市场却一直没能走出“低收视率”、“赔本赚吆喝”的阴影。因为投资风险较高,且回报慢,何时能收回投资都是未知数,所以没有投资公司愿意冒风险去投资一部纪录片。在国内,《探索发现》是深受白领们喜爱的一档纪录片栏目。知情人透露,这个节目的制作水准之所以高,是因为有很资深的纪录片制作人在其中,而且央视一般可以有上千万的投入来支持。



白族人晒制的乳扇

盈利模式尚在摸索中

与国际上纪录片的盈利模式相比,中国的纪录片市场仍很落后。

旅美文化人张华杰介绍:“美国纪录片市场已经很成熟。其中版权销售是一部分,另外全美几千所大学,几乎每所都会购买一些做教材。美国纪录片租赁市场也很发达。”在这样的格局下,美国形成了庞大的纪录片投资队伍。此前热映的反映南京大屠杀的纪录片《南京》就是由AOL公司副总裁莱昂西斯个人投资200万美元拍摄的。其投资回报的过程已经非常接近普通电影。

西方国家的纪录片产业,

市场和政策上都有较多优势。在加拿大,一些纪录片项目还未开始,就拿到20%左右的退税,有的甚至超过45%。美国纪录片拍摄受政府资金支持,扶持额度可达总成本的50%以上。而中国纪录片就没有这么好运了,纪录片的发展既缺少政府专项公益基金的支持,社会融资的空间也非常局促。

张海俊拍摄的一部历史题材纪录片即将在地方电视台播出,“算投入产出比的话,1%都不到。”

关于纪录片导演的生存状态,张海俊表示:“我会帮电视台做一些体制内的片子,例如

地方形象宣传片等。另外就是将片子卖给视频网站,也会有一部分收益。以这些收益来支撑纪录片的制作。”

2011年初,央视纪录片频道正式开播,张海俊认为:“纪录片频道是中国与其他国家纪录片交流的平台,频道里大部分的自产纪录片都是按照国际标准拍摄的,为的就是直接拿到国际市场去。”张琳也表示:“纪录片频道大部分都是自拍的节目,央视直接投资。内部有项目组决定选题以及投资额。《舌尖上的中国》是这么出来的。”

央视纪录片频道成为纪录片领域投资的绝对主力,制作出

的纪录片作为“职务作品”,由央视旗下中国国际电视总公司负责国内外的发行。国内财团资本鲜有介入纪录片的先例。

张海俊表示:“主要是投资纪录片的未来收益不明确,很多电视台播出纪录片只是象征性地给一些费用。更多的纪录片,在国际上拿奖可以,一到国内销售就做不起来。”

除了央视纪录片频道一头热以外,国内纪录片市场基本还处于冷门状态,盈利模式的缺失导致资本无法进入纪录片制作,缺少资本,市场就失去了发动机。中国纪录片的盈利模式要走很长的探索之路。(宗和)