

## 大数据驱动“精准营销”

“你知道吗，《琅琊榜》超好看。”在济南一家医院工作的王女士，对她的同事推介。

王女士在爱奇艺上追《琅琊榜》，一直追到大结局，《琅琊榜》在爱奇艺的播放量已经达到26.4亿次。

去年，王女士追《何以笙箫默》，今年追《花千骨》、《琅琊榜》。她不知道，这些她和同事津津乐道的热播剧，背后都有一个时髦名词——“大IP”。这些原本拍给80后、90后的热播剧，连她这个60后都一网打尽了。

IP即Intellectual Property，知识产权，具体而言就是著作权或版权。基于IP的全产业链开发，就是从版权交易到影视内容制作发行，再到游戏、电商、玩具等实体物品销售、艺人经纪、粉丝经济等一系列衍生产品开发。

像上面提到的三部热播剧，都是由人气超高的网络小说改编的，其中《花千骨》播放量69亿次，《何以笙箫默》22.5亿次。这些热播剧之所以获得这么高的点击量，在于这些大IP从作品创作、人物布局、情节设置、市场调查、改编、选角，都是由大数据驱动的，属于典型的“精准营销”。

在网络文学的江湖里，阅文集团绝对是老大地位。《裸婚时代》、《步步惊心》、《琅琊榜》这些大IP均出自阅文门下。成立于2015年3月的阅文集团，由腾讯文学与盛大文学整合而成，旗下有起点中文网、创世中文网、云起书院、QQ阅读以及起点读书等众多品牌。

“通过网友的阅读习惯，我们甚至可以勾勒出网友的用户画像。”阅文集团版权营销授权总监谢正瑛对本报记者说。

在进行版权运营时，阅文集团核心部门IP授权组会根据后台提供的大数据，包括小说点击量、收藏量、推荐量、百指监控、作品状态、作者名、作品类别、用户画像等，详细了解作品基本信息和相关数据。通过这些数据把握市场风向，然后根据各家合作伙伴需要进行推送。

这些热门IP的粉丝大部分是80后、90后。与阅文集团同属“企鹅家族”的企鹅智酷刚刚发布的《95后新生代社交网络喜好报告》，给我们描绘了喜欢网络小说的“95后用户画像”：他们在QQ空间里最爱聊电影、明星、电视剧，关注鹿晗更甚于关注黄晓明；这些手机时代的“原住民”，消费能力比想象的更强大，娱乐、搞笑内容等更受他们欢迎。

## 谁掌握IP，谁就有话语权

起点中文网主编杨晨说，过去，网络文学大多只是卖一个简单的影视版权，近年来逐步细分到电影、电视剧、网络剧、舞台剧、游戏等，一部作品可能涉及到几个合同、几个合作公司，大IP体现了强大的网络聚集效应。

杨晨表示，一个新的作者，其作品从写作、积累人气到改编作品拍摄完成，大致需要5至7年，而新的“超级IP”运作模式是一条流水线生产过程。

首先，团队从一开始就制定好IP全产业链运作方案，预先统一制定logo和人物设定，由专业制作人团队协调产业链各端，包括3D动画宣传片、作者宣传视频、多首主题歌和周边产品。一年之后，新书还未上架，IP各环节都已被开发出来。

阅文集团的合作伙伴、世像传媒CEO何晓辉说，从小说粉丝转换率到超级网剧的转换率，再到电影的转换率，这是非常有效的转换途径。无论从《屌丝男士》，还是《小时代》，都有巨大的挖掘价值。

以湖南卫视为例，目前已经曝光的2016年将播新片中，大IP作品有十多部，包括《麻辣变形计》《相爱穿梭千年2》《青丘狐传说》等强势IP。

“十年前，大家不关注网络文学，但今天，网络文学作品已经成

为大家争先恐后抢夺的稀缺资源。”谢正瑛说，阅文提炼出了一个IP价值模型，对每个作品做IP价值模型分析，对用户细化分类，帮助投资者更深入地分析用户价值及IP潜在价值。

10月26日，阅文集团召开的版权行业大会上，其下游买家、世像传媒CEO何晓辉还对阅文集团副总裁罗立喊话，“以后IP能不能便宜一点，因为实在太贵了。”

但江湖格局已然形成，阅文手握千万部网络作品，几乎占有市场上80%的原创内容，这个具备行业最高粉丝付费转化率、处在IP授权源头的大佬，已牢牢掌控住了大IP产业

儒意影业实际掌控人、32岁的柯利明被吹到了“风口”上，成为又一个造富神话。

儒意影业不光投资了《琅琊榜》，也成功操盘过《致我们终将逝去的青春》、《小时代3》这样的大IP。

“曾经，我们也有机会投资《失恋33天》、《夏洛特烦恼》，可惜，错过了！”齐鲁影业董事长刘玮一声叹息。

刘玮提到的电影《失恋33天》，制作成本2000万，票房3.57亿，投资回报率668%。而国庆档黑马《夏洛特烦恼》收获10亿票房，其幕后制作公司是开心麻花，开心麻花的股东之一、上海荣正投资有限公司董事长郑培敏2013年

## 一个比炒股收益还高的行业让多少人疯狂

## 制造

## 大IP

热播剧《琅琊榜》显现出大IP现象典型的“马太效应”。整个大IP产业链如何运作？谁掌握了这个产业链的话语权？这个在大数据驱动下，目前正处在行业爆发期的产业，市场价值究竟有多大？整个产业红火背后，究竟贡献了多少主流文化价值？

本报记者 任磊磊



链的上游资源，而这个行业是典型的产品主导型行业。

所以，“谁掌握IP，谁就有话语权。”阅文集团副总裁罗立说。

## 连开饭店的都在投大IP

临沂蒋先生是生意人。一年前，在一个亲戚牵线下，他给一部影视作品投了100万资金。谁知，这个原本没当回事的投资居然赚钱了。

“总之，赚了很多。”老蒋不愿透露具体回报率，甚至他连他投的那部片子的名字都记不清楚，但就是赚钱了。

这个“意外惊喜”，让老蒋发现了一个比炒股回报率还高的产业。现在，老蒋一心想在文化领域找点项目做做。

当然，老蒋只是幸运者。“投资电影，90%赔钱；投资电视剧，成功概率能高点，在40%—50%吧。但一旦成功，这个回报率就大了！”一位影视圈人士对本报记者说。

电视剧《琅琊榜》还没播完，其出品方之一儒意影业被上市公司天神娱乐宣布出资13亿收购其49%股权。这家成立不到5年，今年上半年净利润仅1760万的公司，去年估值15亿，今年就翻到了27亿，增长80%。

决定投资开心麻花。保守估计，开心麻花上新三板后，荣正此次投资收益有望达20倍。

而京博集团没有错过投资回报率在181%的大IP《小时代3》。这家以石化为主业的山东民企如今也在文化产业上延伸，旗下文化公司曾投资了《小时代3》等影视剧，还曾中标中宣部的中国国家形象片制作项目。该集团有关人士对本报记者透露，下一步还准备设立影视投资基金。

本报记者检索发现，2014年投资回报率最高的中国电影是《爸爸去哪儿》，制作成本3000万、票房6.96亿，光线传媒等分成近3亿，投资回报率898%。2012年，光线传媒出品的《泰囧》投资回报率更是达到了990%。

“影视业已经成了一个投机行业了。”刘玮说，影视业正常利润应该在30%—40%左右，现在处在爆发期，这种爆发期加重了泡沫。因为一旦成功了，利润就非常可观，导致资本蜂拥介入，卖煤的、开饭店的、做房地产的，懂行的不懂的，全都一窝蜂往这里砸钱，投下真金白银。

“现在，这个产业太容易找钱了，所以粗制滥造的作品太多了。”刘玮说，今年，山东影视拍了一部《琅琊榜》，外界就直呼“良心之作”，因为好作品好IP实在太少了！

## 完全市场化生产的矛盾

“大IP就是大垃圾。”也有业内人士抛出了这样的惊人论调。

腾讯大家专栏作者孙骁骥的一位朋友是编剧，写过若干电视剧剧本。现在，他的这位朋友已经不搞原创了，而是靠改编已成名的网络文学作品挣钱。

最近，孙骁骥这位朋友接到一个项目，要把一部点击量很高的网络小说改编成电视剧。这位朋友无法接受的是，男女主角的各种穿越和复活，在他看来各种无意义的“废话台词”被要求“一字都不能改”。因为如果改动了大IP的情节，粉丝肯定不乐意。大数据分析显示，这些雷穿钢板的故事情节，恰恰被市场视为作品的精华。

之前，一个影视项目钱砸下去是赚是赔，几乎全凭运气。现在，有了大数据分析，“那么，我们现在只做已经有市场认可度的现成的东西，只做大IP，你还愿不愿意投？大IP的最大利好是，不光作品原本就具有市场认可度，而且还能从数据上统计出个一二三四，看上去比一般的创业计划书还靠谱。”孙骁骥“赌气”地这样写道。

这样的工作状态，让孙骁骥的编剧朋友觉得，自己渐渐变成流水线上的一个工人，编剧不再是一个职业，而只是围绕大IP展开的产业链中一个做来料加工的、属于劳动密集型的产业工人。（下转B03版）