

抖音与爱奇艺握手言和 长短视频化敌为友?

本报记者 李静 北京报道

一年前的第九届中国网络视听大会上,腾讯、爱奇艺、优酷三大长视频平台高管抱团对短视频进行了炮轰,矛头直指短视频平台上的“二创”(指基于影视作品等长视频的二次创作)内容。

一年后的2022年7月19日,爱奇艺率先和抖音握手言和,达成合作,双方将围绕长视频内容的“二创”与推广等方面展开探索。

依据合作内容,爱奇艺将向抖音集团授权其内容资产中拥有信息网络传播权及转授权的长视频内容,用于短视频创作。双方对解说、混剪、拆条等短视频“二创”形态进行了具体约定,将共同推动长视频内容知识产权的规范使用。这无疑为长短视频平台合作共赢模式的开启。

抖音、爱奇艺未就此事向《中国经营报》记者发表具体评论。上海汉盛律师事务所高级合伙人李旻旻律师对记者表示,抖音和爱奇艺分别作为短视频和长视频行业的头部企业,二者的合作一方面能够实现优势互补、携手共赢;另一方面能够增强同行业竞争者危机意识,督促其遵守版权法律法规,合法获取版权,从而提高全行业及全社会的版权意识。

记者还注意到,就在爱奇艺与抖音宣布合作的同一天,网传另一短视频平台与腾讯视频也达成了长视频“二创”的战略合作,但腾讯视频很快通过官方微博否认了这一传闻。后续其他长短视频平台是否会选择一起合作“二创”内容,还有待继续观察。

从公开炮轰到握手言和

仅仅在一年时间之后,长视频的头号玩家爱奇艺和短视频的头号玩家抖音选择握手言和,达成合作。

对于此次爱奇艺和抖音集团达成的合作,爱奇艺创始人、CEO龚宇表示,这是双方在尊重和保护知识产权、探索合作双赢上迈出的重要一步,具有里程碑意义。这也充分证明,爱奇艺持续创作优质长视频内容、坚持长期主义的价值,得到了市场和用户的认可。相信这次合作有助于优化网络视频行业生态,拓宽合作渠道,创造更多价值,实现平台、创作者和用户的多方共赢。

在一年前的第九届中国网络视听大会上,腾讯副总裁孙忠怀表示,部分低智低俗的短视频长期影响用户心智,繁荣市场背后仍有不少低俗糟粕,博取关注的短视频内容,这些内容的传播消耗了用户大量时间。



抖音和爱奇艺的合作开创了长短视频平台“二创”版权合作的先河。视觉中国/图

“二创”侵权治理仍任重道远

短视频平台的内容创作者在创作时除了会涉及到电影、电视剧方面的知识产权侵权问题,还会涉及到音乐、伴奏、字体等方面的知识产权侵权。

短视频平台用户对版权内容的“二创”一直是业内探讨的热点话题。

北京云嘉律师事务所律师、中国政法大学知识产权研究中心特约研究员赵占领对记者表示,短视频账号的运营主体未经影视剧权利人的授权而使用其作品或作品的片段,一般构成著作权侵权。但是符合著作权法所规定的合理使用情形则不构成侵权,其中一种情形就是“为介绍、评论某一作品或者说明某一问题,在作品中适当引用他人已经发表的作品”。

但短视频平台中对于影视作品的剪辑使用行为,一般不构成合理使用。赵占领具体解释道,“这种使用行为并非《著作权法》所规定的‘为个人学习、研究或欣赏的使用’或‘为介绍、评论某一作品或说明某一问题的适当引用’,而是带有商业目的的使用,一般是为了获得用户及流量,进而提高账号的广告价值;其次,这种剪辑视频特别是几分钟看完一部电影模式的短视频,会抢占正常收看影视剧的用户;再者,这种使用方式破坏了付费使用的正常

商业模式,损害了影视剧权利人的合法权益。”

此次握手言和的抖音和爱奇艺分别作为短视频和长视频行业的头部企业,李旻旻认为,二者之间的合作是双方尊重和保护知识产权的重要体现,合作一方面能够实现优势互补携手共赢;另一方面二者的合作能够增强同行业竞争者危机意识,督促其遵守版权法律法规,合法获取版权,从而提高全行业及全社会的版权意识。

但需要认识到的是,短视频平台的内容创作者在创作时除了会

西瓜、抖音之类的平台;另一边则挤压影视剧片方的利润空间。”

对于那场长短视频之间的对垒论战,爱奇艺前副总裁、GIG文化产业咨询专家李文对记者表示:“长短视频必有一战,因为流量和渗透率都到了天花板,大家都很焦虑明天的流量在哪里。明显垃圾内容更多、内容质量不高是短视频的短板,长视频当然可以抓住机会做防御。”

不过,仅仅在一年时间之后,长视频的头号玩家爱奇艺和短视频的头号玩家抖音选择握手言和,达成合作。

抖音集团CEO张楠对此表示,影视创作者是抖音内容生态的重要组成部分,影视行业是抖音重要的合作伙伴。一直以来抖音都非常尊重知识产权,并积极寻求与长视频平台更好地合作。相信这次合作是一个全新的开端,双方将携手探索,为行业提供更好的解决方案,实现创作者、版权方、用户的共赢。

在业内看来,抖音作为短视频的头部企业,影视创作是抖音平台内容的重要组成部分,与爱奇艺合

作,可以获得大量的优质长视频,增加抖音创作者的创作热情,同时也可以避免侵权风险。对于爱奇艺来说,其可以借用抖音庞大的流量进行视频引流,通过抖音的平台用户对长视频进行二次创作,吸引用户点击跳转到爱奇艺看正片,对于长视频分发、拉新促活,以及会员收入具有重大作用。

抖音和爱奇艺双方都认为,此次合作是长短视频平台携手探索影视内容知识产权使用规范化、实现双赢的重要一步,对于长短视频创作者和消费者均有重要意义。

易观分析营销渠道行业高级分析师马志聪对记者表示,长短视频的合作是解决长短视频版权纠纷的最优途径。“对创作者而言降低了侵权风险,划定了确定性的创作空间;短视频平台通过合法方式获得更多版权内容,使平台内容生态全面丰富扩展;对长视频平台来说可利用短视频做宣发,获取其巨大流量,盘活库存的版权内容资源。所以未来一段时间内长短视频平台合作将成为行业趋势。”

涉及到电影、电视剧方面的知识产权侵权问题,还会涉及到音乐、伴奏、字体等方面的知识产权侵权。目前短视频平台中,仍存在大量的版权侵权,很多创作者在未获得版权方授权的情况下,仍旧进行创作,一旦版权方维权,就面临着视频下架、版权赔偿等后果。

“根据《信息网络传播权保护条例》第二十三条、《民法典》第一千一百九十四条,在二次创作中,短视频平台一旦被权利人告知平台内容涉嫌侵权并且权利人提供了初步证据,平台应立即采取删除、屏蔽、断

开链接等必要措施,避免损失扩大。平台知道或者应当知道二次创作侵害他人知识产权的,未采取必要措施的,将与侵权方承担连带责任。”李旻旻认为,短视频平台未来仍需要在电影、电视剧及音乐方面加强版权方合作。例如伴奏或背景音乐,作为短视频不可或缺的一部分,平台方应提供尽可能多的背景音乐,供创作者免费或付费使用。再者,平台方可为创作者提供版权沟通平台,为创作者获得授权提供便利,既能加强创作者创作积极性,又能有效避免创作侵权风险。

横店影视逆风收购院线 “暑期档”增强行业复苏预期

本报记者 郭梦仪 北京报道

市场不景气,不少电影院被关停,但横店影视(603103.SH)却选择在这个时候逆势收购。7月6日,横店影视公告披露,公司及关联方拟联合第三方,以支付现金的方式收购上海星轶影院管理有限公司(以下简称“星轶”)100%股权,交易价格不低于30亿元人民币。不过,横店影视的2022年第一季度财报显示,该公司的流动资产合计为15.91亿元。互联网分析师于斌认为,横店影视收购星轶可能有几种方式,或者是股权置换,或者是分期给予,或者是两者结合。

该收购动议公布一周后,影视行业普遍迎来中期预亏的公告。7

低谷期收购星轶

根据艺恩数据,2019Q1、2021Q1、2022Q1我国的观影人次流失明显,从4.8亿降至4.23亿再降至3.08亿;2022Q1场均10.3人次,同比下滑22.4%。而横店影视在7月14日晚间的公告中表示,该公司2022年第二季度预亏6000万元至7500万元。

于斌表示,横店影视此次收购是希望增加自己在院线方面的优势。疫情当下,现在收购在成本上也比较划算。“横店影视可能相信过段时间,疫情过去后院线会恢复,也算放手一搏的姿态。”

纵观灯塔专业版的2021年票房数据可以看到,各家影投公司的总票房中,横店影视为15.18亿元,排名第三;而星轶排名第七,为7.52亿元。横店影视将星轶合并之后总票房可以达到22.7亿元,超过第二名大地影院(20.12亿元)。

根据智研咨询数据,2021年中国新建影院TOP10中,中影数字、

月14日晚间,包括上海电影(601595.SH)、万达电影(002739.SZ)和横店影视均发布2022年上半年业绩的预亏公告。预计亏损最多的是万达电影,额度为5.2亿元至6亿元。多位影视业分析人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,今年第二季度全国多地新冠肺炎疫情(以下简称“疫情”)风控比较严格,电影放映情况很不乐观。同时由于第二季度上映影片较少,无法形成票房也就一时无法回收投资成本。但是暑期档的回暖可以说给影视业人注入了一针“强心剂”。在投资者互动平台上,横店影视方面表示,其全资子公司横店影业参与出品了影片《人生大事》,若其票房大卖,将有利于公司业绩增长。

万达院线、幸福蓝海新开业影院数量位居前三,新建影院数量分别为118家、86家、85家,横店影视以新增29家排名第9位。

太平洋证券传媒互联网首席分析师倪爽在接受本报记者采访时表示,国内院线相较海外发达国家仍十分分散,院线的整合在某种程度上是个趋势,目前受疫情影响,许多影院与院线经营困难,其实是行业并购整合的良机。因此,除了横店影视之外,后续或许还会出现其他院线收购案例。另外,影视内容投资制作,与院线是上下游业务,打通上下游有助于公司提高行业内的话语权,其实有许多相关公司都同时从事影视内容投资制作与院线经营。但在另一方面,这两块业务是不同模式与逻辑的业务,内容投资与制作受单片效果与收益的影响较大,而院线经营更多与整体票房情况与运营成本直接相关。

第三季度或复苏

就在收购消息发布之后,横店影视公告表示,预计2022年上半年实现归属于上市公司股东的净利润为-7500万元至-6000万元,与上年同期(法定披露数据)相比,将出现亏损。预计归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后亏损额为8000万元~1亿元。

对于此次预亏,横店影视方面的解释,是因为2022年上半年国内疫情多点暴发,我国电影市场受到较大影响。公告还表示,全国较多影院暂停营业,部分影片调整档期,虽然2022年春节档表现不俗,但后续档期乏力,内容供给不足,影响公司放映业务等各项收入。内容方面,横店影视全资子公司浙江横店影业有限公司参与出品的《熊出没·重返地球》《李茂换太子》《最初的梦想》《四海》等影片上映,取得了较好的社会反响,同时也产生了良好的经济效益。但综合放映业务与内容板块的营业收入等情况,公司业绩出现亏损。

公告预亏的不只是横店影视。7月14日,上海电影发布公告,预计上半年亏损1.43亿元~1.71亿元。而万达电影也在当日发布公告预计上半年净亏损5.2亿元~6亿元,上年同期为盈利6.39亿元。上海电影方面同样表示,2022年上半年,受疫情严重影响,上海区域内的直营影院自3月10日起全部暂停营业,直至本业绩预告期末仍未恢复经营;其他区域的直营影院亦按照属地防疫部署要求,采取包括限流、暂停营业等措施;旗下联和院线加盟影院亦有一定数量影院暂停营业,对公司日常经营造



横店影视在行业低谷期收购上海星轶影院管理有限公司。视觉中国/图

成了显著影响。

万达电影方面提到,其国内下属影院最多时约410家影院同时暂停营业,占比接近国内影院数量的51%,票房收入大幅下滑;而影院租金、折旧、员工薪酬等固定成本较高,导致其经营业绩出现较大亏损。但该公司也强调,市场份额较上年同期提高1.5个百分点,进一步巩固了行业领先地位。另一方面,万达影视主控的电影受疫情影响均未能如期上映,而去年同期上映的电影《唐人街探案3》取得45.2亿元票房。报告期内,万达电影的电影制作与发行收入下滑较大。

倪爽在接受本报记者采访时

地疫情防控比较严格,电影放映情况很不乐观。由于第二季度上映影片较少,无法形成票房,也就一时无法回收投资成本,因此一般意义上说,一定会对影视内容制作公司产生较大不利影响。

不过,暑期档的回暖可以说给影视业人注入了一针“强心剂”。据灯塔专业版数据显示,截至7月14日17时,2022年暑期档票房已突破32.6亿元,基本追平2021年暑期档同期水平,其中《人生大事》累计票房近13亿元,成为春节档后首部破10亿元影片,暂列全年影片票房榜第4名;由英皇出品,韦家辉执导,刘青云、蔡卓妍、林峯主演的港片《神探大战》已于近期上映,接棒暑

暑期档,影片票房已顺利突破2.5亿元,表现也相当不错。与此同时,上海影院已逐步恢复营业,据灯塔专业版营业地图显示,7月13日,上海有114家上海影院恢复营业,全市营业率32.8%。

灯塔专业版分析师陈晋在接受本报记者采访时表示,对比往年的暑期档来看,7月下旬的两周是暑期档大盘的高峰时段,截至目前,7月22日、29日两个档期暂未有票房体量大的影片定档,而近期未定档的影片中,无疑是《独行月球》最受观众期待,影片最近几天发布新版预告,观众反响热烈,淘票票累计想看已突破42万人,可以看出当前市场环境下,观众对喜剧类型片有较大的需求。