

# 电影翻拍生意经

本报记者 张婧超 北京报道

刚刚过去的国庆档,今年第三部国产翻拍电影上映了。公开资料显示,《好像也没那么热血沸腾》翻拍自西班牙电影《篮球冠军》,上映近三周,豆瓣评分7.0分,票房仅有约1.5亿元。

电影翻拍一直是充满争议的话题。在观众群体,翻拍之作与原作有何差异、孰优孰劣等讨论总是不绝于耳。

但在影视行业资本看来,翻拍基于原有的剧情故事框架,只需进行本土化、现代化改编即可,相比于原创内容,可以在一定程度上缩短影视作品的生产周期,如果改编自冷门影片,那么所付出的版权费也会更低。如果翻拍成功,无疑是一笔划算

## 翻拍条件成熟

中国作为世界第二大电影市场,自然也需要翻拍来促进市场的繁荣。

通常来说,电影翻拍大致有两类:一类是部分影视作品本身就已对小说、漫画乃至电影和剧集进行了改编,然后创作者在此基础上再次进行改变翻拍;另一类是直接对现有电影进行翻拍。

基于此,电影翻拍的基础便是有充足的影视、文学、动漫作品可供选择,此外还需要有相对健全的版权保护体系。

首先,在影视剧方面,《灯塔专业版2022剧集市场观察》显示,2020年~2022年,即使新冠肺炎疫情对影视剧的拍摄、制作造成了负面影响,但这三年播出的剧集也在300部以上。电影方面,国家电影局数据显示,自2014年至今,每年都会有300部以上的影片公映,其中最少的是2020年,也有365部。

在文学和动漫作品方面,在国内不仅有《西游记》《水浒传》等公共版权库的资源,武侠、仙侠、现代都市等题材的小说也较为丰富,近二十年,网文市场的发展也为电影改编提供了许多素材。此外,日本、韩国等其他国家和地区的小说、动漫近年来也受到国内

的买卖。

但翻拍不容易。今年暑期档,就有《消失的她》和《超能一家人》两个表现极端之作。前者翻拍自苏联电影《为单身汉设下的陷阱》,最终斩获约35亿元票房;后者改编自俄罗斯电影《超能力家庭》,但最终仅收获3亿元,豆瓣评分也只有3.6分。

“无论电影还是电视剧,翻拍涉及的原作一般会有一定的观众基础,原版IP知名度越大,观众基本盘也会越大,这一定程度上可以保证收入基础、减少宣

发费用。但原作影响力越大,翻拍难度也就越大。”从事电影制片的金妍(化名)告诉《中国经营报》记者,“翻拍需要和当前时代、本土情况结合,如果无法做到,就难以引发本土观众的情感共鸣,商业上也很难成功。”

而对于《好像也没那么热血沸腾》的市场表现,多位业内人士认为,从内容创作角度来看,质量尚可,但被国庆档市场大盘拖累;同时,该片的宣发较为薄弱,最终导致票房呈现不尽如人意。



电影翻拍一直是充满争议的话题。

视觉中国/图

影视公司的青睐,如2022年暑期档冠军《独行月球》就改编自韩国同名漫画,2016年上映的《嫌疑人X的献身》改编自日本作家东野圭吾的同名小说。

版权保护方面,自2021年6月1日我国施行新版《著作权法》,新法加强了对版权的保护力度,并且降低了维权难度。在权利人的实际损失或者侵权人的违法所得难以计算的情况下,可以参照该权利使用费给予赔偿;将法定赔偿额的上限从50万元提高至500万元,并设定了500元的下限;当与侵权行为相关的账簿、资料等主要由侵权人掌握的,可以责令侵权人提供与侵权行为相关的账簿、资料等。据华经产业研究院统计,自2015年~2020年,我国每年著作权登记总量的增速都在20%以上。

基于以上背景,国内在电影翻拍方面的条件便越发成熟。

“电影翻拍在行业内是比较常见的,例如:好莱坞的《无间道》就翻拍自香港电影《无间道》,还在次年的奥斯卡奖评选时拿到了4个奖项和一项提名;韩国的《绝密跟踪》翻拍自香港电影《跟踪》,在韩国国内也获得了多个奖项。”金妍说。

中国作为世界第二大电影市场,自然也需要翻拍来促进市场的繁荣。翻拍自《布鲁斯特的百万横财》的《西虹市首富》,在2018年暑期档获得25.47亿元票房;翻拍自日本电影《魔幻时刻》的《这个杀手不太冷静》,在2022年春节档斩获了26.27亿元票房;今年暑期档的《消失的她》获得了约35亿元票房。这些案例都让业界看到了翻拍电影的潜力。

## 翻拍背后的成本

再生产则只需要将现有产品进行调整和复制,即可准备开机拍摄。这意味着可以缩短生产周期,只要取得现有影视作品版权方的许可,就可以进行再生产。

改编与直接翻拍在剧本创作阶段有着明显区别。改编小说和漫画往往要进行内容情节的删改,需要付出大量的精力与时间,同时会面临风险:一是若脱离原有剧情框架,几乎相当于重新创作;二是若完全照搬,则原作中的文化、时代背景又未必与本土情况相符。

文学、动漫作品改编的电影中,既有诸如《流浪地球》这样的佳作,也不乏翻车之作,例如改编自《鬼吹灯》的《九层妖塔》,在各大影评网站都可看到大量的差评,即便是容忍度较高的猫眼、淘票票,评分也仅有5.7分和7.1分。

对现有电影进行直接翻拍,则可以沿用故事内核和人物设定,甚

至可以保留原作的结构和节奏,只需对细节表现做好充分的本土化即可。从生产角度来看,翻拍是对现有影视作品的再生产。初次生产需要经历构思创意以及将创意转化为产品的过程,这一过程需要投入巨大的时间和经济成本,且有较大的不确定性。

多位业内人士告诉记者,一个剧本打磨两年时间都是常见现象,若要加上立项讨论、筹资、开机拍摄、后期制作、宣发等环节,全程需要数年、甚至十余年时间。

再生产则只需要将现有产品进行调整和复制,即可准备开机拍摄。这意味着可以缩短生产周期,只要取得现有影视作品版权方的许可,就可以进行再生产。

获得版权许可的成本有多高呢?记者了解到,影视作品知名度越高、影响范围越广、被翻拍的次数越多的作品版权成本较高。相比之下,改编自四大名著、《聊斋志异》、《封神演义》等古典小说的影视作品,如果不是直接对过往改编度较大的影视作品进行翻拍,由于IP属于公共版权库,由国家机关保护与管理,在翻拍过程中,只要遵守相关的版权规定和法律法规,片方付出的成本并不高。这就是为什么会有大量“西游”“封神”等内容题材的影视作品面世的重要原因。

时间相差超过30年,原作口碑、传播和影响力都不高,版权成本也较低;《消失的她》翻拍自前苏联的电影,时间相距更为久远。

“翻拍的价值在于消除文化与时代差异,因此文化差异越大、时间相隔越久的作品就越值得翻拍。”金妍说。

但值得注意的是,国庆档上映的《好像也没那么热血沸腾》的原作是西班牙电影,同样具有较大的本土化改变空间,但票房表现却并不突出。

对此,一位长视频平台人士认为:“这一方面与今年国庆档整体市场的表现乏力有关,大盘决定了每部作品的天花板,另一方面是该片的话题营销不够出色,要知道今年的电影市场是‘得话题者得票房’,这个片子的话题性比起暑期档的《消失的她》有明显差距。”

百度指数显示,从9月18日~10月17日,上映已有数月的《消失的她》,其搜索指数始终大幅领先新近上映的《好像也没那么热血沸腾》。

# AI音乐出圈 行业各方有喜有忧

本报记者 李玉洋 上海报道

## AI工具属性渐显

当前AI(人工智能)大模型正在深入影响内容创作行业,具体到音乐产业,AI歌手在今年上半年爆火,尤以AI孙燕姿为最。

近日,网易CEO丁磊表示,人工智能在未来1~2年内大概率会成为音乐行业的标配。这个预测再度引发了外界对AI音乐的关注和热议。

对此,《中国经营报》记者采访多位音乐行业从业者,包括音乐创作人、音乐产业观察家、商业音乐授权平台创始人等,他们都表示AI已在产业内应用。“(AI)大量应用的比例不好估计,个人层面的应用有,但还不是主流,公司层面也有,但主要用于商业背景音乐的创作。”音乐产业资深观察者贾江表示。

值得注意的是,对于AI在音乐领域的应用,音乐流媒体平台和唱片公司巨头的态度截然不同,比如环球音乐集团、索尼音乐娱乐等唱片巨头目前对AI敬而远之,甚至还在寻求用法律手段,来对抗AI不断渗透到音乐行业中的趋势。

对此,中国数实融合50人论坛智库专家洪勇表示:“音乐流媒体平台更加侧重于利用AI技术提供个性化服务、增强用户体验和推动音乐产业的数字化转型;而唱片巨头可能更关注自身的版权和市场份额等传统利益,并且可能面临着与数字化时代转型所带来的挑战。然而,AI作为一种工具和辅助手段,有望为音乐产业带来更多机遇和创新,帮助艺术家、平台和唱片公司实现共同发展。”

## 人人都是歌手

“音乐是人创作的还是AI参与创作的,对商用授权交易平台来说,本质上影响不大,只要不侵权。”MUSINESS商用音乐聚合平台创办人兼CEO童小言表示。

贾江也表示,AI目前主要用于商业背景音乐的创作中。可以说,在不侵权的前提下,AI是可以用于商用音乐的,这至少在“AI将杀死音乐人”的舆论环境下打开了一个可落地、(音乐人)能挣钱的口子。

近期,YouTube和环球音乐集团一拍即合,前者是全球最大的视频网站,后者是全球三大音乐公司之一,拥有泰勒·斯威夫特、鲍勃·迪伦等巨星版权。强强联合、双向奔赴,不是抵抗AI,而是拥抱AI,

台上线,虽然歌手署名fifi,但网友听完发现声音很像歌手苏星婕。

有相似遭遇的还有歌手傲七爷,一首署名程霜的《云边有个小卖部》的歌声几乎和他演唱的一模一样,疑似通过AI高仿实现。在傲七爷看来,在歌手不知情的情况下,用AI仿造歌手的声音并发布作品,将会对音乐市场带来很大的危害和打击。

不过,当AI模拟人声不再是难事时,人们希望它能够做更多。比如加拿大创作歌手、马斯克前女友格莱姆斯今年5月推出了专门用来复制她声音的开源软件Elf.tech,允许自己的声音开放

使用,但要求分50%的版税。

几个月以来,尽管还无法颠覆乐坛,也称不上病毒式传播,但AI格莱姆斯的作品已有不少,发行了300多首歌曲,在Spotify也有官方账号并收取版税,最受欢迎的《Cold Touch》有100万多次播放,其他作品基本没超过10万次播放。

《Cold Touch》和AI孙燕姿翻唱歌曲类似,它更像是披了个AI的皮,编写和制作等重头戏则交给人类;演唱也有小样,歌手被要求唱法尽可能与格莱姆斯相似,然后才重制成了后者的歌声。格莱姆斯在接受采访时也提到,AI在她看来,“AI就像一个新的麦克风,AI格莱姆斯不会否定对格莱姆斯的需求。

AI就像新的麦克风,恰好说明了AI工具属性的增强。作为底层独立音乐制作人,Lizard在QQ音乐、网易云音乐等平台都设有账号,粉丝量在5000以下,他表示本月QQ音乐给到的收益只有800多元,网易云音乐则更少。

“现在用AI的人挺多,我的混音师朋友就在学习用AI做混音,给人混音需要简单点,AI效率会很高,简直是生产力神器。”Lizard说,流行音乐中充斥着大量程式化的元素,被AI替代是必然。

资深音乐产业分析师马克·穆里甘也称:“如果音乐只是专门

为通过算法满足消费者期望而定制,那么AI甚至可能做得更好。”

提高创作效率、降低音乐门槛、带来多样作品,AI音乐为行业带来的欣喜已然制造了一个新兴趋势:从“AI孙燕姿”到“AI陈珊妮”,AI技术不只停留在掌握技术的粉丝进行二次创作的阶段,而是将逐步成为专业音乐人的创作辅助工具,带动音乐行业的生产力变革。

尽管AI将成为音乐行业的标配,但AI还不能抹除人类的创作痕迹。“至少在音乐领域,人工智能永远无法真正取代人。但人工智能可以服务于人,服务音乐生产效率的提升。”丁磊如是表示。

“目前,腾讯音乐娱乐集团和网易云音乐在音乐流媒体平台中均广泛运用了AI技术。具体而言,他们利用AI技术进行音乐推荐、歌曲标签自动化、歌曲版权管理、用户行为分析等。”国内咨询机构Co-Found智库研究负责人张新原表示,通过分析用户喜好和行为,AI可以向用户提供个性化的音乐推荐,提高用户体验和满意度。此外,AI还可以自动标记和管理海量的歌曲版权信息,提高版权的管理效率。

郭涛表示,对流媒体平台来说,利用AI技术提升用户体验和增加用户黏性是一种竞争优势,而对于唱片巨头来说,他们担心AI技术的普及会导致传统音乐销售模式受到冲击和版权利益受损。“这种差异态度在一定程度上反映了两者利益冲突和商业模式的不同。随着技术的发展和应用的成熟,双方可能会逐渐找到合作和共赢的方式,以适应市场的变化。”他说。

AI还可以利用自然语言处理技术,将歌词转化为歌曲标签,从而提供更准确的搜索和推荐结果。同时,利用AI可以对音乐进行自动化合成和混音,提高音乐制作过程的效率和创造力。”

郭涛表示,对流媒体平台来说,利用AI技术提升用户体验和增加用户黏性是一种竞争优势,而对于唱片巨头来说,他们担心AI技术的普及会导致传统音乐销售模式受到冲击和版权利益受损。“这种差异态度在一定程度上反映了两者利益冲突和商业模式的不同。随着技术的发展和应用的成熟,双方可能会逐渐找到合作和共赢的方式,以适应市场的变化。”他说。