

深耕流量高地,全链发力拥抱视听未来

以网络视听为杠杆,青岛撬动相关产业集聚、辐射、再聚拢,让产业链焕发全新活力

□青岛日报/观海新闻记者 李德银

共享大视听,精品赢未来。青岛,再一次站在聚光灯下——8月24日至25日,2023年中国网络视听精品创作峰会在青岛举行,迷人的景色与精彩的峰会交相辉映。

峰会上,“青岛元素”无处不在。苏鲁影视科技、小派创智科技等行业头部及新锐企业参展,向外界集中展示青企在数字人、视觉智能、超高清传输、编解码技术等方面的技术及应用,全景呈现新视听全产业链发展成果;“共享大视听”网络视听嘉年华、网络电商助农直播、MCN主播短视频打卡及互动直播等活动,多层次、多角度、多形式展示充满活力、富有实力、独具魅力的青岛;山东省网络视听产业园区揭牌,与9家视听企业建立项目合作关系,借势峰会,青岛全力打造全国网络视听产业新高地……

心有翼,自飞云宇天际;梦无垠,当征星辰大海。在网络视听领域拥有先发优势和厚实基础的青岛,不耽于过往,正借势峰会机遇,逐浪攀高,描绘新未来。

居高声自远

预见未来才能拥抱未来。根据《2023中国网络视听发展研究报告》,截至2022年12月,我国网络视听用户规模达10.40亿,超过即时通讯成为第一大互联网应用,2022年泛网络视听产业的市场规模更是超过了7000亿元。庞大的用户规模与市场规模,昭示了网络视听产业让人振奋的未来。

不知不觉中,青岛已踩中“风口”,悄然成为移动互联网时代的“流量高地”。古麦嘉禾、视觉志、深度传播、旗鱼科技……在一栋栋写字楼内,聚集着一个个中国网络视听领域响当当的头部企业。数据显示,青岛中央商务区核心区域共集聚MCN等各类新媒体企业300余家,成为全市新媒体企业最为集聚的区域。其中,仅卓越世纪中心就集聚170家各类媒体企业,吸引30多家企业总部入驻。

此次峰会专门设置了MCN网络视听内容创作论坛,抖音、快手、视频号、垄上集团、古麦嘉禾等行业头部平台、企业代表参会,其中不乏“青岛身影”。

“青岛MCN机构在全国处于第一梯队,青岛也是全国网络视听的高地,我们非常看好青岛的产业生态和发展前景。”在论坛上,快手娱乐剧情业务中心负责人于珂表示,快手和古麦嘉禾等青岛本土MCN机构有着深度合作关系,对青岛企业的创作能力、产出质量有着高度信任和期待。

科技是第一生产力,网络视听高质量发展离不开科技赋能。“动动手指,书中的人物就可以动起来。”“戴上这副眼镜,可以近距离体验竞技比赛的现场魅力。”……在2023年中国网络视听精品创作峰会上,苏鲁影视科技、小派创智科技等行业头部及新锐企业参展,向外界集中展示青企在网络视听领域的先进技术及丰富应用。其中,多项技术填补国内市场空白,彰显了青企实力和后劲。

展示新魅力

峰会既是一个交流思想、展示成果的平台,也是推介城市、营销城市的绝佳机遇。峰会期间,举办了“共享大视听”网络视听内容生产的专业盛会,2023年中国网络视听精品创作峰会吸引全国各地优秀创作人员、平台负责人、相关行业协会齐聚一堂。



■会议现场的大屏幕上,诸多短视频循环放映。王雷 摄

动展示了青岛风景、风物、风情,获得广泛关注。

夜幕降临,光影交错,游人如织,西海岸生态观光园内,网络视听元素和璀璨的灯光秀交相辉映,带来视听极致享受。“真是太迷人了,像梦境花园一样,这样的美景不仅要自己欣赏,还要分享给朋友们。”来自安徽的游客郑珊正拍摄视频展示青岛美景。

作为峰会特色活动之一的“共享大视

听”网络视听嘉年华在西海岸生态观光园、星光岛酒吧街、大鲍岛文化休闲街区、吕家庄夜市及台东步行街等五大街区精彩上演,多层次、多角度、多形式展示网络视听魅力,展示多彩多姿的青岛。

作为全国网络视听行业首个聚焦精品内容生产的专业盛会,2023年中国网络视听精品创作峰会吸引全国各地优秀创作人员、平台负责人、相关行业协会齐聚一堂。

借势再出发

在全国网络视听版图上,青岛有着清晰的坐标。

古麦嘉禾、视觉志、深度传播等全国头部MCN机构,夯实了青岛在移动互联网时代的“流量高地”地位。

沃土之上,万物繁茂。青岛“电影之都”的丰厚土壤,给网络视听产业提供了丰富养分。自2018年营业以来,青岛东方影

都一路迭代升级,成长为涵盖影视制作全产业链的影视基地。截至目前,园区已累计服务影视作品、综艺节目、大型活动、广告作品200余项。从《流浪地球》到《封神三部曲》,从中国科幻到神话史诗,中国大片片尾字幕中涌现越来越多的“青岛力量”,东方影都不断推动中国电影开启新纪元,攀上新高峰。

一流的硬件设施和全方位的配套服务,也让国内知名导演们选择青岛。此次峰会上,冯小刚等知名导演、制片人纷纷来青。郭帆导演多次表示:“青岛是梦想照进现实的地方。”

以影视为支点,以网络视听为杠杆,撬动相关产业集聚、辐射、再聚拢,让产业链焕发全新活力。

“除了电影,近年来,我们与爱奇艺、优

酷、腾讯建立了良好的合作关系,腾讯的《创造营2019》《战至巅峰》《舞台2023》,爱

奇艺的《中国说唱巅峰赛事》、“为爱尖叫”

超级晚会,优酷的《这!就是灌篮》《拳力以赴的我们》等网络视听产品均在园区拍

摄。”青岛东方影都产业控股集团总裁孙恒勤表示,未来将继续增加科技投入,推进流程化、标准化建设,将东方影都打造成世界级影视技术高地。

新征程已然开启。峰会期间,位于灵

山湾影视文化产业园的山东省网络视

听产业园区正式揭牌。该园区系山东省首

批网络视听产业园区,将聚力探索地方政

府与商业平台深化合作、发展共赢的新方

向、新路径。西海岸新区管委、中国广电、

青岛5G高新视频实验园区、东方影都影

视产业园与9家视听企业建立项目合作关

系,将助力青岛网络视听产业逐浪攀高、

勇立潮头。

峰会虽短暂,城市的发展任重道远。

青岛正借助此次峰会之力,再次开启有关

城市发展的有益探索。

■“洞穿精品内容创作全链路 MCN探索发展新路径”圆桌论坛现场。王雷 摄

做好内容生产“孵化器”,让大流量成正能量

“MCN网络视听内容创作论坛”举行,深层次探讨行业现状,探索未来发展新路径

□青岛日报/观海新闻记者 王凯

本报8月25日讯 25日,2023年中国网络视听精品创作峰会“MCN网络视听内容创作论坛”举行。论坛以“共鸣、共融、共创”为主题,通过联动网络视听内容生产机构和平台,多维度、深层次探讨行业现状,探索未来发展新路径,推动网络视听行业精品化、高质量发展。

近年来,MCN作为网络视听内容创作的新生力量,参与了网络视听产业链上的多个重要环节,成为链接用户、主播、平台和品牌的重要纽带。MCN机构作为这股新生力量的中坚,将优质的内容创作者、主播等孵化出来、联合起来,以平台传播为依托,保障优质内容的持续输出。

论坛现场,抖音、快手、微信视频号等头部平台,无忧传媒、创壹科技、古麦嘉禾等头部MCN机构齐聚,以主题演讲、圆桌对话等形式,就网络视听内容创作、媒体融合、业态创新、文化传承等话题分享精彩观点,探讨如何提升内容品质,激励优质创作人才,打造更广阔的舞台,让大流量成为正能量,让大音量变成最强音。

近两年,微短剧成为网络视听行业中快

速兴起的内容产品。无忧传媒集团副总裁、内容事业部总裁冯帆表示,通过系列化IP群布局,特色化无忧厂牌打造,无忧对达人实行IP角色定制,系列开发短剧及综艺,创造精品化IP内容,在多平台打造爆款内容。

“短剧正在帮助内容行业开展一次重要变革,平台的助力让好内容变得更加正循环、可持续。”快手剧情业务中心负责人于珂表示,未来快手将携手更多优质短剧,为大众传递正能量、有特色的精品网络视听内容。芒果MCN联合创始人、总编辑崔宇认为,内容生产变革下,“打碎”成为必然,后自媒体时代,聚合重构成赢家。

内容永远是王牌。创壹科技CEO梁子康着眼于技术为行业带来更多可能。在他看来,新兴技术的发展,让网络视听全产业链迎来了革命性变化,数字人身上的可塑点以及互动性将会为网络视听内容创造无限可能。微信视频号生态运营高级专家詹万承从视频号平台的角度,展示视频号在打造社交名片、提升创作价值、连接超13亿微信月活用户的差异优势,在共建、共享、共赢中放大IP及内容影响力。作为服务三农的MCN机构,湖北长江垄上传媒集团致力于



传播“农”情好故事。该集团党委书记、董事长邓海表示,通过创建内容传播新渠道,做好新型内容生产的“孵化器”,将带领乡村走向“三新”发展的新道路。

网络视听内容行业未来发展将面临哪些机会与挑战?面对困境又该如何破局?

“圆桌对话:困局与破局”环节中,来自新声Pro、麦芽传媒、自娱自乐、大禹集团、飞博共创、古麦嘉禾等多家公司围绕视听创作内容方向、技术手段、创新形式等多方面进行探讨,为现场观众带来了行业一线的实践和思考。

王雷 摄

创新打磨精品爆款 高质量推动文化传承

与会嘉宾共话网络视听发展新路径

作为全国网络视听行业首个聚焦精品内容生产的专业盛会,2023年中国网络视听精品创作峰会汇聚重量级演讲嘉宾,围绕网络视听精品内容创作,从最新政策解读、行业趋势分析、战略顶层设计等层面建言献策,共商推动网络视听高质量发展新路径,搭建起全国网络视听行业高质量发展平台。

北京大学融媒体中心音视频办主任、北京大学电视研究中心副主任吕帆:

“圈层+类型”成为新综艺创新密码

文化自信之后是文化自觉和文化自强,网络视听的普及其实是文化传承最广泛的传播平台和方式。比如国潮文化的创新表达,《声生不息·宝岛季》用音乐串联两岸共同记忆,使美学有了社会学的意义,综艺有了新闻属性,值得重视、分析。

同时,发挥“跨”和“融”的力量,即“圈层+类型”成为新综艺创新密码,比如《萌探探探案第三季》与经典IP的剧综联动,尤其是和《狂飙》《满江红》等热剧的联动,助力《萌探探探案第三季》在播出期间斩获全网热搜热榜493个,可以说做到了文化传承与精品创作的双赢。

光明日报文艺部文艺评论主任编辑、中国电视艺术交流协会影视艺术专业委员会秘书长牛梦笛:

弹幕影响网络文艺传播路径

网络文艺评论是网络文艺生态的晴雨表,映照着网络文艺发展的生态。对于互联网文艺的发展,网民从“围观”到参与,弹幕、短评等一系列突破传统形态的文艺评论形式,正在顺应网络视听领域的发展,潜移默化地影响着网络文艺的审美趣味和传播路径。两年前就有数据显示,27.9%的用户在观看综合视频时会看弹幕。这些数字说明,我国网民已经进入了视频时代,通过手机和电脑浏览各类视频产品,并“围观”评论其他用户的弹幕,已经成为一种普遍的生活状态。

弹幕作为一种文艺评论的形式,正在深刻地影响着人们的观影方向、审美情趣与价值导向。面对弹幕,许多人都有一个疑问,在互联网时代,我们需要怎样的文艺评论?主流文艺评论应该坚守什么?不得不说,一味地点赞和一味地批评,都不是文艺评论的基本样态。

网络评论应进一步厘清“网络文艺”的概念内涵,既要言之有物,又要传之有道,发挥好文艺作品晴雨表的作用,努力做到在激浊扬清中,推动文艺评论与网络视听行业实现高质量发展。

抖音短剧负责人钱立立:

短剧流量爆发降低观众决策成本

短剧对用户有着强大的吸引力,所谓“爆款三分钟,人间两小时”。短剧的流量爆发,让我们站在用户的角度,放大内容的本质。一部好的短剧即便没有严丝合缝的逻辑,即便夹叙夹议,即便打破了戏剧的“第四堵墙”,即便没有立体深刻复杂的人物,也并不影响用户的体验感,甚至还降低了观众的决策成本。

综艺导演、《种地吧》主创王征宇:

综艺要提供正向情绪价值

《种地吧》里,10位少年来到浙江农村,用190天时间在142亩的土地上种小麦,种菜、种花,主打就是真实。综艺能给大家提供什么?提供的是情绪价值。综艺到底怎样才能在表达和情节之间、在短视频和影视剧之间找到自己的地位?综艺要提供可供回味的正向情绪价值,当你完了综艺,你是能够思考、跟人讨论的。这对导演的要求很高。综艺节目导演,一般用50%的精力策划,用50%的精力执行。我们的节目用30%的精力策划,30%的精力执行,40%的精力用来擦去策划的痕迹。

自娱自乐创始人闫驰:

未来短视频会变得更长

未来的短视频会变得更长,长视频会变得更短。短视频刚出现的时候只有15秒,内容单一,观众没有办法获取更多信息,也没有办法分泌多巴胺。然而随着短视频行业不断发展,观众要感受起承转合,未来大概率所有用户碎片化时间更多,所以短视频会变得更长,让大家可以获得更完整的内容。

麦芽传媒联合创始人王予谦:

微短剧传播黄金周期四个月

网络视听品类非常多,过去三年来,古风类、都市情感类、甜宠类出现了很多爆款。一旦出来某一品类的爆款,我们的内容团队就要发挥冲击精品、冲击爆款的能力,在人才梯队上做快速放大。单一品类的微短剧,传播的黄金周期在四个月左右。一个高品质的作品出来,我们马上在一个月内做出十部同类型的剧,这种放大能力非常重要。

(崔燕 米荆玉 马晓婷)