

《人生若如初相见》被指侵权,揭秘 IP 改编为何争议声不断,难改在哪

上千万买玄幻 IP,影视化直接能用的只有名字

日前,改编自匪我思存《迷雾围城》的电视剧《人生若如初相见》被著作权人告上法庭,理由是未在摄制权许可期内完成拍摄,属于侵权行为,要求电视剧下线并不得播出。记者联系到原告方,其称在等待二审,暂不方便接受采访。

从《锦绣未央》到《三生三世十里桃花》《楚乔传》,各 IP 改编剧被指抄袭、侵权的声音从未停止。在网络上,IP 剧的分数也非常惨淡,有些刚刚开播就已经在 5 分左右徘徊。在不久前公布的第 31 届电视剧“飞天奖”提名名单中,古装 IP 剧全军覆没。IP 改编电视剧究竟难在哪里?为什么容易出现侵权现象?业内打算如何应对?记者采访多位业内人士,对此一一详解。

采访对象:

- 《今古传奇·武侠版》杂志社前任社长李宗明(笔名李逾求)
- 康曦影业总裁何侯樾
- 记忆坊图书内容总监王璐

1 为何易侵权? 版权转卖混乱

借由《琅琊榜》《花千骨》等剧的热播,2015 年被认为是 IP 改编剧爆发的元年,但在此之前,已有不少电视剧制作公司在网络文学中掘金。早期的掘金者最容易面临的问题就是版权链条不清晰,一些公司在进行版权交易时会出现侵权情况。“作者把作品摄制权以 5 年的期限授权给 A 公司,A 公司却把摄制权以 8 年的期限授权给 B 公司,影视公司在不知情的情况下从 B 公司购买摄制权,还没开机摄制权就已经过期了。”何侯樾和李宗明都表示这种情况曾经很常见。

在前几年的 IP 抢夺战中,不少影视公司大举囤货,许多项目无法立刻开机,在摄制权临到期时才开始筹备,如果项目本身的故事转化难度又大,很容易导致授权逾期,甚至衍生出类似《人生若如初相见》的争端。

但随着行业的不断发展和洗牌,知名度高的 IP 基本都在几家大公司手中,其他影视公司在购买时也会专门就版权链条展开调查,版权链不清晰造成的风险已经大大减轻。“而且随着越来越多的作者在微博等公共平台上发起维权,产生的舆论压力也让许多公司认识到版权的重要性,版权交易的乱象也有改观。”李宗明补充说。



《楚乔传》和《三生三世十里桃花》在播出时,都曾受到侵权的质疑



《锦绣未央》的原著曾被网友强烈抗议涉嫌抄袭



民国言情剧《人生若如初相见》陷入版权纠纷

2 为何难改编? 需要填充大量情节

有流量的小说与成功的电视剧之间有相当漫长的道路。

王璐表示,都市言情小说在改编过程中最常见的问题是情绪大于情节,“大量的情绪渲染和内心戏原本是很好阅读的体验,能让读者迅速代入作品,与人物共情,但在改编时却会面临故事体量有限的问题。出版的小说单本字数一般在十来万到二十来万之间,改编成几十集的电视剧需要填充大量情节。”何侯樾所在的康曦影业曾经出品了安妮宝贝的同名小说剧《八月未央》,“安妮宝贝的文字比较偏散文,内容量不足以撑起一部电视剧,改编时需要增加很多原创的内容。”

就算是看起来情节丰富的玄幻仙侠类小说在转化率低的问题上也不能幸免。李宗明透露,曾有影视公司找他帮忙看一个花费了上千万购买的玄幻仙侠 IP,洋洋洒洒 300 多万字,但影视化能直接使用的部分却只有主角和武功的名字。

曾经参与过网络小说版权交易的业内人士指出,大部分玄幻小说改编成电视剧只能用到 10%左右的内

容,很多甚至只保留人物关系和基本人设。“如果作者能构建出完整的世界观,且人物设定有特色,那情节发挥空间其实很大,但这类小说往往容易套路化,大量同质题材必然带来审美疲劳。”王璐说。

据业内人士透露,能在点击量上有突出表现的网络文学大多瞄准读者的“痛点”,作品本身缺乏戏剧张力,故事含金量也比较低。近些年不少小说走起了“无限流”的风格,在一部作品中囊括科学、神话、历史、动漫等各种元素,作为文字读起来很过瘾,改编时就会非常棘手。

3 各方如何应对?

影视公司 只买能马上改编的题材

IP 影视化正在变成一个高风险投资,但从制片方的角度来看,IP 的存在仍然是一个撬动知名制作团队和明星的重要杠杆。经过了几年“蒙眼狂奔式”的发展后,市场正在趋于理性和专业。

何侯樾表示,对于小说 IP,康曦影业习惯采用按需采买而非囤积的方式。“我们要先预估一个 IP 改编剧制作完成之后市场是否需要这样的题材,如果不是马上需要的题材,我们是不会买的,比如去年发现古装玄幻类题材开始过剩,今年和明年就会减少在这个类型上的投入。现在买的 IP 都是两年内必须开拍的。”

●分析题材

政策、消费指标和收视率是进行市场分析的三个重要指标。“首先要分析近几年的相关政策,文化会往哪个方向发展。其次也会参考一些消费指标,就是人们的生活会发生什么变化。还会从电视台每年的收视率总结来看一下什么题材比较受欢迎。”何侯樾说。

●保留气质

对于影视公司来说,如果能拿到优质的头部 IP,改编之路就成功了一半,大热 IP 往往能吸引来流量明星和顶尖的制作团队,但这种 IP 少之又少。大部分影视公司仍然需要磨炼

和提升自身的研发和转化能力。何侯樾表示,如果研发团队创新不当,可能会改掉片子本身的气质,导致失败。“作品的主题是爱情,研发团队如果加入太多悬疑成分,就会改得面目全非。原著粉嫌弃,一般观众也不买账。”据何侯樾透露,以前做漫画 IP 改编剧的时候,很多团队执着于把二次元转化成三次元,试图扩大受众覆盖面,但现在反而会更注重在二次元的圈层内耕耘。IP 的改编一定要抓住原著的内核,“比如原著讲述的是一种情感,那改编时只要抓住那个情感就好,或者对一些人物进行更深入的挖掘,《我的前半生》就做得很不错。我们最近在改张小娴的一部作品,它的核心是‘不要一直记起过去的伤悲’,改编时主要围绕这点来做。”

从 IP 本身的特点出发,影视化改编时要综合运用不同的宣发、叙事和选角策略。“受众分析是必要的,有一些 IP 原本是很少女的题材,针对的年龄层比较低,你贸然做太大,试图辐射整个受众,投入产出比就不合适了。这种类型就应该把它做小,用一些新人演员。”何侯樾解释说。2017 年末,《你好旧时光》和《致我们单纯的小美好》两部青春校园片在网络平台播出,收获了流量和口碑,也捧红了剧中的新人演员。

●适应平台

此外,不同的播出平台也会影响 IP 的改编方式,网剧会更倾向于年轻的流量明星,在剧情上也偏爱快节奏、多翻转的模式。电视剧需要顾

及中年受众的喜好,剧情节奏相对较慢,还需起用一些为他们所熟悉的演员,比如近年来霸屏的张嘉译。

作者 新人更多依靠网文平台

头部作者开始深度切入到作品的影视化改编中,饶雪漫旗下的图书策划公司 2013 年就与译林出版社合资成立了译林影业,匪我思存和记忆坊的执行董事颜庆胜共同创立了双羯影业,天下霸唱也与向上影业成立了“向上霸唱”工作室,并担任向上影业的首席内容官。

名气和资源都有限的新晋作者们则更多依靠于各类网文平台,某网络文学平台的 IP 版权合作总监 L 表示,平台会负责很多作者的版权代理运营,包括接洽潜在合作方,推动作品影视化。在运营这些知名度和影响力有限的作品时,平台更倾向于和风格合适、愿意投入资源的中小型影视公司合作,以规避 IP 被积压的风险。

据 L 透露,对平台来说,版权代理运营的主要目的不是营收,而是通过包括影视化在内的商业运作,培养出一批新的明星作者。在他看来,成功的 IP 影视化改编主要有三种模式,做头部的精品,比如《择天记》《九州》这种国民度很高的大 IP。或者在某个类型上进行深耕,主打细分市场。精品化也是一种途径,但对制作团队的要求非常高,去年播出,改编自天下霸唱小说的精品网剧《河神》就是典型案例。

(据《新京报》/王雪琦)

2018鲁冀万人下江南活动盛大启动



新晨报讯(记者 荆超)4月1日,山东广播电视台《齐鲁风采》栏目开机仪式暨 2018 和也集团鲁冀万人下江南启动大会在济南铂尔国际酒店隆重举行。和也公司品牌创始人、董事长方志财,新华社经济参考报中国新兴领军者研究推广中心主任义庆勇,山东广播电视台《齐鲁风采》栏目顾问刘民,国家千人计划特聘专家、和也公司总经理胡立江,山东广播电视台《齐鲁风采》专题栏目总监李方暴,和也公司副总经理王长玉,鲁冀市场经理裴景坤,总监裴益和 10 余家主流媒体代表,与来自山东、河北两地的经理、店长等共计 1200 余人出席大会,见证了和也集团发展史上的一件盛事。

一年之计在于春,在美好的春天来临之际,和也集团鲁冀市场精心规划,经过前期七场地区启动会的铺垫,最终在“山泉湖河城”浑然一体的美丽泉城,迎来了山东广播电视台

生活频道《齐鲁风采》栏目战略合作和鲁冀万人下江南活动的启动时刻。此次大会不仅在参会人数上创新高,现场还启用了航拍机、实况大屏转播等设备,增添了不少亮色。

和也集团董事长方志财在致

辞中说,面向新时代,和也人深入了解健康大趋势,勇为健康行业领头羊。随着和也品牌的发展壮大,先后被央视等主流媒体多次报道,与著名的海尔、华为、中国南车等名企一起荣获“中国创造力产品”称号。今天的和也,已经获得 235 项专利,是院士专家工作站和国家千人计划人才引进单位,将为国人健康作出新的贡献。

现场,和也集团鲁冀市场总监裴益和《齐鲁风采》栏目总监李方暴,分别代表双方签约战略合作,随着众人倒下手中的金沙,《齐鲁风采》栏目正式启动开机仪式。春天,播种希望,积蓄力量。和也集团多年来本着“和孝善”的企业文化,致力于慢运动、慢旅游以及磁疗健康寝具的自主品牌研发,此次与山东广播电视台《齐鲁风采》栏目的战略合作,将促进和也品牌健康持续发展,造福更多的消费者。

为把孩子送进好学校,他们住进了贫民窟

印度话题电影《起跑线》折射当下家长的现实焦虑



由萨基特·乔杜里执导,伊尔凡·可汗、萨巴·卡玛尔等主演的印度电影《起跑线》于 4 月 4 日全国上映。在终极预告片及海报中,印度家长拉吉和米塔夫妇为女儿择校费尽心思,最后甚至假扮穷人骗取入学名额的行径。故事折射出现实压力,通过啼

笑皆非的情节让人反思。

在终极预告中,印度母亲米塔认为除了上最好的学校,没有别的办法保障孩子的未来,所以一定要让女儿皮娅进入教育设施齐全、排名靠前的私立学校。老公拉吉为了达成妻子的愿望,先后买了学区房、聘请作家操刀代写申请书,心思费尽,却依旧落榜。最后在顾问的鼓动下,拉吉一家铤而走险搬进贫民窟假扮穷人,只为拿到贫困家庭的入学名额。

电影《起跑线》采取喜剧的方式,描绘承受择校焦虑的学龄儿童家庭的生活百态,以教育折射人生态度,引导观众反观现实,为人生焦虑

提供应对参考。

据了解,影片在印度上映时引发观影热潮和社会讨论,最终在印度电影观众奖中脱颖而出,力挫同期在印上映的《神秘巨星》获最佳影片和最佳男主角两项重量级大奖。

《起跑线》在国内也引起广泛共鸣,不少网友推崇影片好过《三傻大闹宝莱坞》,影片不仅叙事手法轻快幽默,尤其是以择校为切入点教育资源分配、教育意义发出的多维度叩问,也更显现现实性和深刻性。有网友表示“电影很解压,生活也应该别太焦虑放松心情”。

(梁晓雯)