网络电影春节档“捞金” 发挥后发优势需创新商业模式

视觉中国供图

◎本报记者 张盖伦

78.2亿元，1.6亿人次。今年春节档7天总票房和观影人次，创下了我国电影春节档新纪录。

整个春节，各路院线电影的热搜轮番上马，尽管票房成绩各异，但确实都刷了回“存在感”。相比院线电影的“神仙打架”，网络电影这边显得有些“静悄悄”。

事实上，今年由中国电影家协会网络电影工作委员会牵头，联合爱奇艺、腾讯、优酷三家平正式提出了“网络电影春节档”概念，并推出了两部在大年初一由网络首发的影片——《少林寺之得宝传奇》和《发财日记》。前者由王宝强主演、唐季礼导演，后者则由喜剧演员宋小宝自导自演。

截至2月20日晚，三大视频平台还未正式公布两部电影的相关数据。从前台播放量来看，两部影片专辑的播放量在腾讯视频平台上均达到8000万次以上，在爱奇艺和优酷上的播放热度也不低。按照会员6元一部、非会员12元一部的影片定价来算，两部网络电影在三大平台上斩获过亿票房应该不成问题。

这同样也创下了网络电影的新纪录。

高质量、高成本成网络电影发展趋势

诞生于2014年的网络电影，经历了“野蛮生长”“摸索前进”“减量提质”几个发展阶段。

根据中国电影家协会网络电影工作委员会发布的《2020中国网络电影行业年度报告》，2020年国内共上新1089部电影，其中，院线发行新片305部，网络发行新片784部，占新片整体数量的72%。在这些上新的网络电影中，共79部影片分账破千万，同比增加41部；千万级影片票房规模13.9亿元，同比增长125%。

报告指出，网络电影已告别“低成本”时代，整体投入层级更为丰富，投资成本在600万以上的影片占比达34%。在发行、创作结构升级的同时，营销也在升级。2020年，全网半数以上的新片均进行自主营销，部均营销成本过百万；单部影片营销成本占总成本比例最高可达61%。

中国电影家协会网络电影工作委员会会长吴曼芳表示，相对于每年700部的上线数量而言，当前网络电影行业的优质供给仍然不足，难以满足广大人民群众对于优质内容的观看需求。此次提出“网络电影春节档”，短期来看，有助于增加春节期间的优质网络影视作品供给，更好地满足观众日益多元的影视文化需求；从长期来看，高品质的网络电影能够与院线电影形成合力，共同做大、做强我国电影市场，引领线上新型消费，成为文化产业内循环的重要助力，推动电影产业发展与文化强国建设。

“在未来的发展中，网络电影从业者还是要将提升电影品质作为第一要义，坚持以人民为中心的创作导向，关注人性，关注生活，用多元的题材与类型讲好中国故事。”吴曼芳说。

784部

2020年国内共上新1089部电影，其中，院线发行新片305部，网络发行新片784部，占新片整体数量的72%。在这些上新的网络电影中，共79部影片分账破千万。

精品网络电影可提升行业水准

阿里巴巴集团副总裁、阿里文娱电影业务负责人李捷直言，网络电影还没有成为中国视听观众用户的主流选择，它只是在内容上成为主流内容的补充。这次，他们对两部春节档电影寄予厚望。“它们可以将网络电影的水准、平台对网络电影的推动能力提升到一个前所未有的高度。”李捷强调，“这应该是在中国网络电影历史上必定留下名字的两部电影。”

其实，《少林寺之得宝传奇》和《发财日记》的阵容，都堪比院线电影。

王宝强心中一直有个功夫电影梦，他用《少林寺之得宝传奇》圆梦。该电影导演唐季礼坦言，对他来说，这不是一部网络电影，就是一部电影，只是团队选择了以网络平台为发布渠道。

在唐季礼的认知中，头部网络影片的成本也就是一到两千万。如何在相对较低成本的限制下出精品？团队的经验是把前期准备工作做足，把规划做好，最大化利用演员在组里的时间，用完善的工业流程，精简拍摄时间，不浪费，提效率。缩减预算，但是不缩减质量。

如果网络电影能成为一支重要力量，那些进不了院线的年轻电影人的片子，也可以通过这种方式，获得关注度。唐季礼认可网络电影，也愿意成为吃螃蟹的人。

《发财日记》制片人李金翰在此前的网络电影春节档发布会上也多次强调，这部电影凝结了许多人多年的心血。他在接受媒体采访时表示，没有一个具体的金额来定义大、中、小级别的成本投入，只有主创团队百分之百全身心的投入。

唐季礼此前在展望春节档成绩时，说得真诚：“希望平台能赚钱；平台能赚，我们制作人、制作公司也能赚；赚了钱，就能继续投入到电影行业；另外，也希望我们两部电影集体票房过亿，这将是一个最好的局面。”

建立共融共通网络电影生态圈

值得一提的是，《少林寺之得宝传奇》和《发财日记》两部电影都采用了单片付费模式。

爱奇艺副总裁、电影中心总经理宋佳表示，目前确实没有出现真的口碑爆棚的网络电影影片。“这次我们用单片付费的方式，是真正意义上的平台和电影人团结到一起，通过一种新的商业模式，去带动形成一种新的线上消费习惯。这种新的消费习惯，也会反哺内容创作，推动电影产业的良性发展。“终有一日，我相信电影通过单片付费的方式，一定能够在线上爆发出特别大的能量。”宋佳说。

腾讯企鹅影视副总裁常斌也认为，“单片付费”模式确实是一个重大突破。过去的分账模式中，平台投入了相当大的资源，而单片付费，则是让用户用商业购买来实现电影作品的盈利。“这个趋势对网络电影制作人还是很有吸引力的。”

不过，对单片付费，态度要积极，行动要谨慎。常斌说，目前只有少量网络电影适合做单片付费。

“它要具备几个前提。比如，影片适合互联网上播放、有相当数量的大咖演员、大投入的宣发体量等。”常斌说，“我们平台会积极地尝试单片付费，但会找最适合的项目来做。”

另外，还需要有持续的优质内容供给。现在有了春节档，之后能不能有网络电影的暑期档、国庆档？常斌说，春节档是一个很好的开头。他们特别希望，这个春节档的成功，能吸引更多资源进入网络电影。“但电影生产需要时间。大家也要看到这两部片子的效果后，再考虑要不要尝试。我也希望行业、用户、媒体能多给我们一点耐心。”

吴曼芳指出，网络电影的商业模式既关系到制片方的投资回报，也影响到平台的可持续发展，更要考虑广大用户的消费能力，因此还需要继续进行创新尝试，以期找到能够更好地兼顾三方的合理方案。“未来，网络电影要进一步发挥出新兴产业的后发优势，在借鉴相关产业经验的同时，大胆创新，进一步优化商业模式，建立共融共通的网络电影生态圈。”

严守食药安全底线 看三部门如何重拳治乱

◎新华社记者 赵文君 刘 硕

严守食药安全底线，三部门合力重拳治乱。2019年9月至2020年12月，最高人民检察院、市场监管总局、国家药监局联合开展了落实食品药品安全“四个最严”要求专项行动。专项行动查办了多少案件？典型案例有哪些特点？下一步，三部门如何进一步加强协作？三部门相关司局负责人2月19日回答了记者提问。

打造全链条监管协助机制

据初步统计，全国市场监管部门查办涉食品安全违法案件28.48万件，罚没款27.25亿元，吊销食品类行政许可775件，移送公安机关3346件。

药品监管部门查办药品、化妆品和医疗器械领域违法案件10.77万件，罚没款18.40亿元，责令停产停业2041家，移送公安机关1306件，完成对全部在产的37家疫苗生产企业年度巡查，有力保障流感疫苗等供应。

检察机关批准逮捕涉食品药品安全犯罪案件3945件7298人，起诉8791件17066人；建议行政执法机关移送此类刑事案件1369件1499人，监督公安机关立案731件810人；立案涉食品药品安全公益诉讼案件35381件，办理诉前程序案件30800件，提起公益诉讼1683件。

专项行动期间，各地市场监管部门会同检察机关积极探索建立涉嫌犯罪案件和损害公共利益案件线索互送、调卷研判协商、公益诉讼协作配合等工作机制，全力打造食品安全领域全链条监管协助机制。联合检察机关强化立案监督，有效推动解决有案不移、有案不立、以罚代刑等问题，促进行政执法与刑事司法衔接机制有效落实。

发布15件与群众切身利益相关的典型案例

针对执法司法实践中易发频发的案件，结合专项行动成果，发布了15件行政、刑事、公益诉讼典型案例，这些案例都是发生在群众身边，与群众切身利益息息相关。

15件典型案例覆盖领域广，既有涉及境外疫区肉制品、添加禁用物质的减肥咖啡和保健食品、“毒酿皮”“假烤鸭”、篡改生产日期的熟食、网络订餐平台不履责等食品领域案件，也有黑作坊制售假药、药店销售过期劣药的药品领域案件，还有不合格化妆品案件以及危害农业安全的伪劣种子案件。有的在传统实体店面销售，有的组织销售团队大规模推销，有的则是通过网络广泛发售，危害很大。

上海韩某某、洪某某在减肥咖啡中掺入国家禁止添加的西布曲明并在网上大规模销售，销售金额达800余万元，危害众多网络消费人群的身心健康。

吉林孙某某等人在未取得相关生产许可资质的情况下，在小作坊内套用不同包装生产保健食品，随意添加西药成分，销售数量达1400余箱，严重破坏了保健食品市场秩序，危害消费者身体健康。

安徽李某某等人在黑作坊生产假“盐酸贝那普利片”“阿司匹林肠溶片”等假药后销往多地，生产、销售金额合计300余万元，直接危及心脑血管等疾病患者的生命健康安全，社会危害极大。

同时，这些案例还涉及行政执法与刑事司法有效衔接、此罪与彼罪的区分把握、通过公益诉讼保护群众合法权益等问题，对各地执法办案部门也有一定的示范、引导作用。

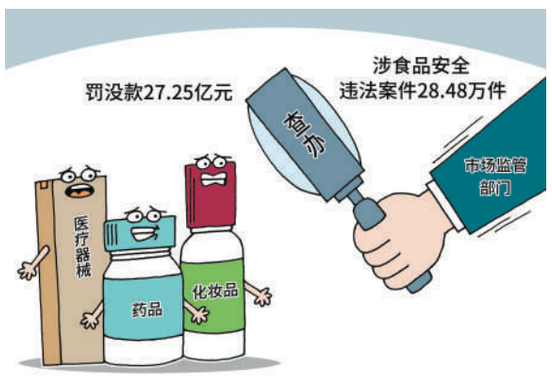
打击力度不减，完善治理体系

保持打击危害食品药品安全违法犯罪力度不减，狠抓案件查办，完善治理体系。

突出重点领域，聚焦“三无食品”“过期食品”“未经检验检疫食品”等问题，严厉打击农村制售假冒伪劣食品违法犯罪，切实维护农村食品安全。大力惩治保健食品领域非法添加、虚假宣传违法犯罪，满足人民群众保健需求。

依法加大对制售假劣种子、农药、化肥等农资犯罪的打击力度，切实维护国家粮食安全。精准惩治制售伪劣药品以及来源不明冷链食品等违法犯罪，紧盯生产、销售、运输等环节，积极推进疫苗等重点防疫产品的监管，加强前瞻分析研判，依法惩治犯罪行为。深入开展网络违法违规售药和化妆品“线上净网线下清源”专项整治，维护药品、化妆品网络消费安全。

此外，进一步完善常态化沟通协调机制，增进监管协同，推进有关市场监管、农产品安全行政执法与刑事司法衔接工作办法制定出台，提升打击合力。



全国市场监管部门查办涉食品安全违法案件28.48万件，罚没款27.25亿元，吊销食品类行政许可775件，移送公安机关3346件。 视觉中国供图

“塔罗牌占卜”爆火，破除“洋迷信”亟待监管出手

◎新华社记者 黄浩铭 陈一帆

感觉迷茫，“塔罗牌占卜”可“预知未来”；运气不佳，“冲花凉”可“时来运转”……

“新华视点”记者近日调查发现，时下热门的社交媒体平台上，“塔罗牌占卜”十分火爆。一些商家以改变运气、消灾避祸、祛病解忧等为噱头，收费动辄成千上万元，通过搞“洋迷信”牟取暴利。

“塔罗牌占卜”流行网络，线上线下互动花样繁多

在一些社交媒体平台上，“塔罗牌占卜”“转运仪式”等很受一些网民欢迎。在微博平台上，“塔罗牌占卜”话题的阅读量和讨论量分别超过27亿和390万；在百度上搜索“塔罗牌占卜”，相关结果超过5000万个。在微信公众平台上，以“塔罗”“占卜”为名的公众号非常多。

记者随机添加了一个从事“塔罗牌占卜”的微信号。对方称，可根据个人需求设计专属牌阵，单次占卜需要298元；还可根据客户需求做仪式改变运势，每天一次，单次收费199元，难度越大需要持续的时间越长。他不断催促记者快点付费：“今天占卜客人较多，名额有限，如果名额满了要往后排期。”

一些商家还开了实体店，线上线下互动。在广西南宁市，已有近10家“命运塔罗”店铺开业。

一份名为“命运塔罗加盟店守则”的材料，清晰地列出这类店铺的商业模式：新开店加盟费6.8万元，推荐加盟的人员可获得1.8万元的提成；总店与加盟店进行利润分成，根据销售的物品和提供的服务项目不同，总店与加盟店的分成在6:4到7:3不等；加盟店的商品种类和服务由总店负责提供，加盟店做好客户的维护。

2020年12月底，南宁市市场监管局接到群众举报，兴宁区青云街一家“命运塔罗”店铺涉嫌从事迷信活动、发布宣传迷信广告。随后，南宁市市场监管局联合公安部门对这家店铺进行取证调查，发现该店铺涉嫌违反广告法的相关规定，由市场监管部门对其进行立案调查。

南宁市市场监管局公平交易稽查局科员黄泳信表示，该店铺涉嫌发布宣传迷信广告，违反了广告法有关规定。根据广告法，市场监管部门可以对这家店铺处20万元以上100万元以下的罚款，情节严重的，可以吊销营业执照。“对于这类发布宣传迷信广告的行为，市场监管部门可以根据广告法的相关规定进行处罚；如果涉及利用迷信活动诈骗钱物，建议受害者向属地公安机关报案。”黄泳信说。

组织者普遍文化素质较低，法物卖多少钱全靠“忽悠”

记者调查发现，这类披着“洋外衣”的迷信经营活动，从业门槛低、人员素质低，不少商家利用部分人的迷信心理，花式营销牟取暴利，并采取各种办法规避监管。

记者调查发现，不少从事“塔罗牌占卜”的所谓的“师傅”“大师”自称师承国外且经验丰富，但实际上其身份、经历等根本无从考究。市场监管部门工作人员表示，这类店铺从业门槛低，从业人员无需提供相关资质证明、专业背景即可开店营业，文化素质普遍较低，主要通过“怪力乱神”的宣传鼓吹吸引顾客。

“我们调查中发现，一名主要组织者只有初中学历，既无专业背景也无海外工作经验，看到这行能赚钱，才从个体户转行做这个。”一位执法人员表示。

这些组织者靠花式营销牟取暴利。一个声称提供“转运、控灵术、占卜”等咨询服务的微信号介绍，举行一场所谓的“桃花朵朵”法事1.68万元，点一组“莲花灯”1592元，一块掩面佛牌售价3800元。销售者声称，这些项目有改变命运、消灾避祸等功效，微信上的项目只是一小部分，可根据客户具体需求提供对应项目，收费越贵的项目效果越好。

知情人表示，这些物品成本极低，有些售价上万元的佛牌，其实是镀金材质，成本最多几百元，卖多少钱全看销售员的个人“忽悠”能力。

青云街那家被查处的“命运塔罗”店铺的销售账单显示，仅一个半月时间，该店就有13万余元的销售额。

黄泳信说，这些店铺的经营者具有较强的规避监管意识。青云街这家“命运塔罗”店铺把迷信广告撤下后，仍以销售工艺品的名义继续经营，市场监管部门虽然进行了立案，但不能责令其立刻停止经营。其他“命运塔罗”店铺得知青云街的这家店被立案调查后，就把自家店铺的宣传迷信广告撤下，以此规避监管。

记者今年1月中旬来到青云街这家“命运塔罗”店铺实地探访，发现该店依然在营业。店内设置了佛台和展示佛牌、香火蜡烛、灯盏等物品的展览柜，墙壁上挂有佛像和一些明星佩戴佛牌等饰品的照片。店员介绍，店内除出售这些物品外，还提供解析塔罗牌、“冲花凉”、做法事等服务。

加强对迷信诈骗行为的打击力度，提高公众辨识能力

中国社会科学院社会学研究所研究员潘屹表示，“塔罗牌占卜”等不过是披着“洋外衣”的迷信活动，无论花样如何翻新，本质上都是利用人们的迷信心理实施敛财。

“所谓改变命运并无事实支撑。”潘屹说，有的顾客可能会觉得购买这些物品或项目后确有效果，但这只是出于主观强烈的心理需求，商家利用模糊的语言强化这种虚假因果关系。

潘屹等专家认为，应加大宣传力度，揭穿此类迷信活动的骗术，提高公众辨识能力。同时，相关管理部门要加强对弱势群体现实问题的妥善解决，完善心理疏导机制，提供专业的社会化服务，减少滋生迷信的土壤。

面对一部分年轻人热衷“请吉祥物”“调理运势”等现象，北京交通大学学生心理素质教育中心教师孙大强等专家表示，在互联网时代，学校、媒体和科普组织要多运用短视频、游戏、动漫等新手段宣传科学常识。同时，针对大学生情感需求和心理问题，高校应加强引导，帮助年轻人树立科学的世界观。

北京市炜衡（南宁）律师事务所律师黄宇建议，在相关法律中应进一步明确和规范利用网络传播迷信信息进行经营行为的管理和处罚措施，若经营者涉及传销、欺诈、组建非法组织等违法行为，应坚决予以查处，依法追究经营者责任。另一方面，网络平台应该承担相应的社会责任，加强对网络账号的审查和日常监管，对涉嫌宣扬迷信或诈骗钱财的活动，应立即关停账号、冻结账款，并将有关情况报告监管部门予以进一步查处，保障民众的利益。