

“微电影走长广告之路必死”

——业内人士指出新艺术形式不应过度依附商业

“土豆映像节”日前在承德举行，当天共完成了 40 个制作团队和项目的推介，现场达成 6 笔签约，总金额超千万元。两大视频巨头王微和古永锵共同发布《承德宣言》，呼吁产业各方规范微电影及网络原创定义，反对商业过度侵蚀网络原创文化。优酷 CEO 古永锵犀利地指出：“微电影走长广告之路，必死。”

廉价广告充斥

“我已经推了 20 多个微电影的邀约，现在微电影已经做烂了，它更像广告，一开始便是由广告商投资赞助的。”有着《四夜奇谭》等微电影拍摄经验的鬼才导演彭浩翔说，时下的微电影充斥着太多廉价广告，降低了质量。

与此同时，通过拍摄微电影《宅

男电台》在优酷网上一举拿下 350 万点击量的青年导演费青挤在“项目推介会”的人潮中，以期获得一份商业合同。现场，有不少数字营销公司努力宣传“提供新鲜的病毒视频整合营销解决方案”，“病毒营销”实际就是微电影的商业植入。

创意受制商业

目前在一部微电影中植入广告，只需影视剧植入广告费用的几分之一，而企业定制一部“微电影”，最低费用还不到 5 万元。哪怕没有明显的植入广告，精明的商人也想来微电影上分一杯羹。一周前李承鹏首部微电影《可以在一起》在京首映时，出品方邀请的客户代表甚至挤满了整整一个 IMAX 放映厅，坐在走道台阶上的广告主们或许跟国内很多作坊式的传媒公

司一样认定，微电影是最实惠的广告长片，因为“制作便宜，播放时间长，播放平台广且相对便宜”。

“问题是，植入过头了就会压抑、阻碍，甚至伤害原创。”某业内人士说。真正令人担心的是，今后的微电影里没有故事，只有品牌，“眼下尴尬的是，不能违背广告商的要求，毕竟他们才是‘金主’”。事实上，一些负面影响已经显现，因微电影《老男孩》一夜成名的筷子兄弟成员之一肖央说，成名后，赞助商只关注票房和金钱，很多想法和创意不得不屈服于这种压力。

回归创作本源

微电影在国外已出现具备相当艺术水准的作品，如片长 5 分钟的《3X3》，讲述一个很生活化的故事，同时幽默励志，让人久久回味。

法国微电影《调音师》更是极具张力，在 13 分钟的片长内，糅合神秘、惊悚、悬疑、犯罪推理等诸多元素。奥美互动业务群总监尚晓蕾分析说，同样 500 万元资金，国外的广告商可能会在街头发动路人齐心协力把水果糖的袋子戳破，然后拍成一个或许制作并不精良但有很多普通人参与又特好玩的视频，放在网上传播。而国内愿意花 300 万元找演员、写剧本、拍成微电影，然后花 200 万元给媒体推广，却忽视了与受众的沟通。

“土豆映像节”的竞赛环节评委团主席田壮壮恳切地劝诫年轻人说：“微电影作为初生的艺术门类，应回归创作本源，在艺术性、商业性和传播性之间找到平衡，才能成为成熟的形式。” 驻京记者 孙佳音（本报北京今日电）



■ 《桃花劫》剧照 图 TP

本报讯（记者 俞亮鑫）情感剧《桃花劫》今晚在电视剧频道开播。此剧讲述了一对命运坎坷的传奇母女先后被诬“不贞”、按传统家法被残忍烙下象征耻辱的“桃花烙”，从此与命运展开抗争的故事。

《桃花劫》被称为“悲情女人为爱复仇情感大戏”，由被誉为“最擅长拍女性情感剧”的台湾导演杨玄执导，张玉嬿、林韦君、霍政谚、章申、江宏恩、杜俊泽、蒋林珊、姚卓君、李芳雯等主演。

《恋上台湾》开机

本报讯 台湾不只有阿里山、日月潭和 101 大厦，蕴藏在个性小镇中的文化感觉亦值得玩味。由台旅会北京办事处赞助赴台拍摄、上海新创逸文化制作的系列专题节目《恋上台湾》日前开机，外景主持人甄选活动在沪举行。进入决赛的 6 位选手，表演才艺皆结合台湾各地特色，如花莲的太鲁阁、台北诚品书店、士林夜市等等。该节目将于下半年在 SMG 旗下频道播出。（杨旭伟）

刘小锋：“左右开弓”演双角

由刘小锋、薛佳凝、陈紫函等明星主演的情感谍战剧《黎明绝杀》昨晚在新闻综合频道开播，“千面小生”刘小锋在剧中饰演一对双胞胎兄弟。刘小锋表示，出演这样的角色，虽然消耗双倍精力，但飙戏的感觉绝对酣畅淋漓。

《黎明绝杀》讲述了一个西南大家族中一对双胞胎的爱恨情仇，弟弟廖少勇加入共产党成为战功赫赫的军官，而哥哥廖少侠在投诚共产党时却被国民党特务策反，亲兄弟面临殊死对决。弟弟沉着冷静，哥哥机智狠毒，

这对性格迥异的孪生兄弟还分别与薛佳凝和陈紫函饰演的两位女主角上演了爱情故事，分饰双角的刘小锋“左右开弓”尽显精湛演技。薛佳凝饰演的女匪头霸气十足，她在剧中爱上了弟弟廖少勇，哥哥廖少侠则情陷陈紫函饰演的代号“白玫瑰”的潜伏女特务。

《黎明绝杀》对刘小锋来说，具有双重意义。开拍初期，刘小锋结婚；开播之际，刘小锋当上爸爸了。刘小锋称：“收获了两个孩子，但是，自己的孩子是比《黎明绝杀》更大的作品！”

本报记者 俞亮鑫



■ 刘小锋在《黎明绝杀》中

图 7

打造上海红木家具行业的诚信商场

上万平米喜盈门精品红木馆强力招商中 将于9月盛大开业

为什么上海红木家具行业至今没有一个专业的红木家具商场？

为什么红木家具行业如此的良莠不齐、真假难辨、优劣不分？

为什么好的红木家具零星分布，没有一个集中的地方展示销售？

很难想象，在上海这样一个各行各业百花齐放的发达城市，竟然没有一个专业的红木家具市场，成千上万的红木爱好者要靠着自己的红木知识和眼力在市场里淘货。当然，上海不乏优秀的红木品牌，但又各自为政，零星分布，有些小红木商家钻了空子，通过富丽堂皇的装修把劣等的红木标上天价，红木市场何时能够有一个专业的、高档的、诚信的红木商场，让消费者放心购买？

红木市场仍处在“水深火热”之中

近些年，随着红木市场越来越火热，消费者投资型购买和收藏型购买红木的急



剧增加，让这个市场得到了快速发展。然而许多消费者在购买红木家具时，往往会心存疑虑：“我买的究竟是不是真红木？”“商家承诺我的树种是否属实？”而类似这种疑问的常常出现，一是说明有大量红木“菜鸟级”消费者存在，他们喜欢红木家具，但他们对红木的了解和购买经验十分有限，另外也说明，他们对红木消费的种种混乱现象心存担忧，而红木家具市场的不规范也是不争的事实。所以，消费者希望能够借助一些机构或者专业人士的帮助，让他们买得明白，买得放心。

那么到底是不是要把自己培养成准专家以后再去购买红木产品呢？显然，这对于只是希望用一两件红木家具营造文化氛围居家空间的消费者来说，不太现实。他们当中的很多人并不是意在收藏，而只是希望能够买到物有所值的红木产品。或许多年以后，由于知识的积累和年龄的增长，他们其中的一小部分人才可能向着红木骨灰级买家发展。

喜盈门精品红木馆 成就红木百年品牌

喜盈门精品红木馆是喜盈门集团 2012 年重点项目，它坐落在上海市中心黄金地段徐家汇，周边高端商业、社区云集，毗邻闻名的宜山路建材一条街，喜盈门公司力图在品质参差不齐的红木品牌中打造红木家具行业的诚信品牌，这里将不仅仅是红木家具的展示销售中心，更将成为红木文化与品鉴的交流中心。

那么在竞争激烈的红木市场，这样一个定位精品红木的红木馆如何能成就一个个红木的百年品牌呢？

高档——喜盈门精品红木馆将落户上海市中心黄金地段——徐家汇，附近商业林立，高端社区比比皆是，为将来的火爆销量奠定基础。

精品——喜盈门精品红木馆汇聚了中国诸多鼎级红木品牌，我们立志给广大消费者带来更精品的红木。

实力——喜盈门坚持一贯的广告力度，作全方位、立体化的广告轰炸，覆盖了电视的黄金时段、报刊杂志的黄金版面、户外的巨幅广告牌等各类媒体，倾力打造市场品牌形象。高频度、持续性的广告攻势有效打响知名度，成为红木选购的习惯性消费场所。迅速建立商场知名度。

权威——喜盈门由国内专业市场营销公司——上海异度营销策划机构提供全年市场营销策划，度身打造的每年十几次市场营销活动，如红木文化博览会、红木新品发布会、红木鉴定会、红木投资理财会、红木拍卖会等，成就销售的高潮。

保障——喜盈门拥有无可比拟的设计师、网络、银行等优势来助力商家。喜盈



图片由老周红木提供

门独创的“喜盈门装潢设计师大联盟”，联合专业权威家居网站—137home、以及各大银行的资金业务，将大力进行线上线下互动营销，为商家拓宽销售渠道！

共赢——喜盈门国际商业连锁企业创建于 1997 年，总部设于上海，旗下项目发展遍及上海、福州、厦门、泉州、晋江、莆田、南昌、长沙、株洲、益阳、南宁等城市。专业从事大型城市综合体开发及管理、运营，业态涵盖精品酒店、公寓式酒店、甲 A 级写字楼、综合百货、餐饮娱乐、建材家具等行业。现在喜盈门精品红木馆将与喜盈门所有高档建材商城资源共享，互惠互利。



上海喜盈门精品红木馆
地址：上海市徐汇区裕德路126号

招商
热线

021-64284582 / 13004109418