

时间：2015年4月21日下午

地点：钓鱼台国宾馆芳菲苑（二层会谈室）

主题：中俄电视、电影及多媒体项目务实合作前景

沃林·阿·康：大家下午好，很高兴在此对大家表示欢迎，也感谢大家对我们会议表示出兴趣，今天的专题会议在形式上有些差别，也是在我们整个大会的框架内进行的。我们的话题就是发展合作前景，在电视、电影和多媒体领域。今天来到这里开会的有中方电视新闻媒体广泛的代表，非常好的是我们有足够时间解释双方务实合作的问题，并把注意力放在合作的可能性上，并就此进行探讨。我想强调的是今天发展中俄之间在媒体的合作，以及拓展到很多新的领域。几年前，我们的交流就已经开始了，主要是在国家间的传媒领域，现在双方都把对方媒体市场看成是很有前景的市场，并且有很多公司参加进来。我很高兴在此代表俄方向中方媒体同事表示欢迎，我右侧是大使馆的代表，他对这次活动给予了极大的帮助。其他的是俄方代表各种媒体我的同行，另外俄罗斯的通信和大众传媒部的官员，菲利波夫·基里尔是 SPBTV 的总裁，这家电视公司非常活跃，成为手机电视的平台，他在俄罗斯和世界上 100 多个国家有自己的业务，已经有很多年与中方合作的历史，包括与中方新华通讯社和 CNTV 等。菲利波夫·基里尔先生就是这家电视台的总裁。另外一位斯捷潘诺夫·巴巴维尔先生，不光生产电影和电视片，还有上千小时的电视剧，是我们国家比较大的一个发行商，在俄罗斯境内。这位女士是俄罗斯电影公司的，是电影的发行商，也来参加我们的活动，主要参加在北京电影节的活动，她是许多国际活动的组织者，另外在媒体的推广上也有很多的业务。

我们有许多参照物，就是我们面临什么样的问题，我们想与中方探讨哪些合作的问题。包括电视剧这样的业务上，知道现在很多的变化在不断发生，我们不仅要把自己业务扩展到本国，还要扩展到世界其他国家，它的边界是无限的。在最近这些年，俄罗斯在恢复方面取得了很大的成就，就是在电视传媒方面，已经有一幅这样的图画，就是电视片在世界上已经有名了。

第二点国家支持力度很大的，有预算，可以来拍摄相应的影片，可以拍摄非常有趣的节目。在这方面我今天早晨发言的时候也提到了，目前俄罗斯的电影还不能够在中国市场得到 30 亿美金的票房，但是俄罗斯电影也可以有选择性的推广到中国市场。俄罗斯有自己竞争性的平台来推介，我们愿意来竞争，我们也愿意来提供我们的产品，这是我一个简短的开场白，接下来我建议进行以下的活动，首先请中方同事做一些发言，然后我的同事来进行介绍。

谢谢。

刘铨：谢谢。我们是符合大话题的，就是要推进中小企业的发展，我们是私营的小的投资企业，就是投资到电影行业。有两个我们公司在中国进行联合拍片，我的主要方向就是俄罗斯的电影，从 99 年回到中国就开展中俄之间的电影合作，有一个简短的介绍，谢谢。

沃林·阿·康：请大家不要忘记他公司的名字。

盛唐时代：大家好，我是一个中国的电影出品公司，已经有 12 年历史了，盛唐时代，最近在中国热播的电影都有我们公司的身影，比如叶问系列，我们这家公司特性是投资，我们已经拥有西安电影制片厂，那是中国商业电影的摇篮，我们拥有它的 54% 的股份，实际控制人。最近我们又收购了中影和全国 35 家制片厂合作的，我们有一条渠道。所以我们还有和中国政府下属的文化国资公司联合成立的基金平台，有银行背景能介入。还有一家是我们自己的新媒体网络版权公司，就是手机电视平台和发行公司，我们都很感兴趣。

那么我们从电影角度来说已经是全产业了，从电影的剧本开发，电影的制作，电影的发行，电影的新媒体市场，已经做了十年的布局，包括电影的资本运营，我们有自己的专项基金的。最近也开始进口一些片子，因为 2017 年中国电影市场要全面开放了，我们已经在国际上开始买版权，去年向美国买了两部片子，有一部 5 月份要上线。电影生产量平均两个月公司有一部盛唐时代关联的片子上市，我们有四个出品公司，六家生产平台，两家发行公司，两条院线，这是我们全产业链的公司。我今天来这里是北京电影节组委会推荐的，我们最近想买进一些原莫斯科电影制片厂拥有的老片的中国版权，新媒体网络版权和电影的翻拍权，还有我们刚刚今天接手了《女狙击手》，想买进一些片子做合拍，或者版库的升级。原莫斯科电影制片厂的胶片电影我们可以进行数字化技术升级，我们有这样的工厂。新媒体网络版权我们可以买断中国大陆地区发行权，最近新媒体公司要上市了，所以要大量购进片库，这是我们公司的介绍，谢谢大家。

匡晓林：我是中影集团公司和中影股份有限公司的代表，我们公司曾经引进过一部俄罗斯影片，《斯大林格勒保卫战》，取得了差不多 6700 万的票房成绩。去年 12 月份在中影数字基地中俄双方举行了电影的研讨会，我这次来就是想继续密切关注中俄双方，尤其是中影公司跟俄罗斯电影公司方面的合作，是在合拍影片，在各自电影市场放映对方的影片展开这

样的合作。我听说今天有俄罗斯的电影公司带来了一些他们影片展示，所以我在这里想多看一下，多了解一下，看看哪些潜在的影片可以在中国的电影市场上放映。

房英春：我们是一个年轻的私营企业公司，今天参加这个论坛想过多参与一些跟俄方有合拍片的合作，其实在这个之前我们也做了一些包括中美、中欧合拍片的经历，俄方我们已经很早迈出一步了，有过合作的。想通过这次论坛能更深入的开展其它方面，包括合拍片的拍摄，版权的交易等等，刚才刘先生已经稍微介绍了我们，我希望一会儿可以跟俄方相关电影公司也好，电视媒体也好，有一些交流，谢谢大家。

中国经济网：我本来是想带着耳朵来的，正好坐在这自我介绍一下，我是来自中国经济网的，中国经济网是中国最重要的财经类的网络媒体，刚才我看了一下，昨天我们的排名在全世界是第 381 位，在中国排 56 位财经类的媒体。几年来我们一直致力于推动金砖国家之间的企业和团体的合作，我们连续举办了三届金砖国家财经论坛，我们的公使已经是我们的客人，在我们的网站上有俄语的频道，我们现在也和国外一些媒体，包括一些电视媒体有些合作，现在每天和韩国经济新闻社下面有个韩国经济电视台提供一些节目，我们也希望和俄罗斯方面有一些合作。

另外我们现在每天提供金砖国家财经资讯财经类的内容，这些可以在我们的网站上和手机上看到，比如今天金砖财经观察 APP 的产品每天推出的财经资讯里关于俄罗斯的财经内容十条里头已经占到了五条，所以今天也想听听大家对影视类的合作有什么信息，我们能够发挥什么样的作用，也想继续聆听，谢谢。

梁玉师：大家好，我是中俄友好和平发展委员会健康生活方式理事会的中方主席，我叫梁玉师。我们健康生活方式理事会是去年刚刚成立的，运行时间不长，但是我们理事会宗旨和工作的范围，包括健康生活，其中就包括影视方面元素。今天和俄罗斯的朋友们、同行们在一起探讨加强文化合作，特别是在传媒方面的融合和发展，刚才听了几位俄方、中方朋友的发言，我觉得情况介绍的都非常好，我们也开阔了视野，同时我们在有些谈的情况也是借鉴和学习。

下面我想对于中俄如何在文化传媒方面跨界融合谈几点思考。

第一方面就是想再发挥移动互联网的优势，促进传媒平台的国际融合。移动互联网的广泛应用使互联网更加边界，给人民的阅读和欣赏习惯带来了两个变化，即碎片化的阅读和欣

赏，任意时间、地点、场合阅读的需求，所以为打造国际化的文化传媒平台，创造极为有力的条件。一是通过互联网将两国专业经营队伍和普通民众的创新成果有效整合，共同进行国际化的艺术作品创造和加工。通过互联网加速拓展文化产品的国际市场，中俄都是人口大国，对文化传媒产品的需求都非常地旺盛，互联网的边界给中俄双方的市场合作提供了巨大的发展空间，比如斯捷潘诺夫·巴巴维尔旗下的公司，生产的电影在中国网民中就很有市场，大家也喜欢看。三是通过互联网有效促进专业制作能力的提升，近几年中俄两国文化的专业制作能力已经得到了长足发展，相当一部分作品达到了国际水平，也培养了一大批优秀人才。随着互联网技术的广泛应用，将极大促进国内外文化传媒业的交流与合作，有效促进专业制作能力进一步提升。

第二点思考着眼共同市场需求，促进多元传媒产品国际融合。当前传媒产品主要是屏上线上和线下三种形式，围绕多样化的产品，充分发挥移动互联网的快捷、便利、无线的优势，我们可以在多领域多渠道实现传媒产品的国际融合。第一移动互联网时代不是内容稀缺，是好的内容稀缺，需要业界练强内功，着力提升产品的质量。第二方面就是应深度整合多元化的传媒产品，打造完整产品的谱系，发挥产业升级的辐射效应，全面提升传媒产品的国际影响力和竞争力。

第三个方面当今社会是一个品牌致胜的时代，文化传媒业实行品牌化经营是大势所趋，我们要增强品牌意识，明确品牌定位，发挥品牌优势，在产品中不断强化品牌文化的精髓，细节渗透，锁定拓展受众，不断增加自身软实力。

再就是打造人才复合团队，促进文化传媒创意国际融合。在移动互联网时代需要一个互联网化、国际化、市场化、年轻化的复合人才团队，一是需要具有开创和决策主导作用的传媒领军人物，二是需要一支由高级运营管理人才和专业制片人组成的团队，三是形象代言人，我们必须按照这个建设我们的人才团队和智库。中国和俄罗斯都是文化艺术资源的大国，要充分挖掘这些资源，用好创意，讲好故事，打造有温度，有深度有内涵、有艺术高峰品质的好作品，为中俄两国人民提供健康积极，富有正能量的精神文化产品，造福中俄两国人民。

中俄健康生活方式理事会作为一个崭新的平台，今后愿意为促进中俄文化媒体的实质性交流融合做出我们的贡献，我今天就谈这几个思考，谢谢大家。

沃林·阿·康：现在只是介绍自己的公司，关于思考就不用加入到这个内容里面来，健康生活理事会会给您更多的机会向我们推介您的广播体操，谢谢。

中国国际广播电台：尊敬的沃林·阿·康副部长，我代表中国国际广播电台发言，非常感谢有机会参加您主持的这次会议。中国国际广播电台台长是中俄友好与和平发展委员会媒体理事会中方主席，由于他目前正在国外访问，由我代表他简要向大家介绍国际广播电台近几年与俄罗斯进行合作的实践。

在我们每个人的面前有一本中国国际广播电台的俄语杂志——中国风，在俄罗斯六大城市发行，是俄罗斯人民了解中国的窗口，也是我们与俄罗斯媒体进行合作的具体成果，希望在座的俄罗斯朋友都喜欢这本杂志。

今年是中国国际广播电台俄语传播事业发展的第 61 个年头，我台俄语广播成立于 1954 年 12 月 24 日，是中国创建最早的国家级媒体。随着传播技术的变革和对外合作的不断深化，国际台的俄语对外广播由最初的无线广播发展到今天集广播、网络、杂志等在内的传媒体系，特别在中国与俄罗斯系列主题年框架下，国际台充分发挥自身的优势，积极开展媒体外交，陆续举办了中俄友谊之旅、情动俄罗斯、大型多媒体文化项目“你好中国”、语言季、旅游季、青春季、中俄青年友好交流年开幕式亮点活动等。需要特别指出的是 14 年 5 月国际台与俄通社塔斯社在上海共同举办了第 16 届世界俄文媒体大会，沃林副部长出席了大会并致辞，国际台正式加入世界俄文媒体联合会，正是鉴于在开展媒体外交方面的独特作用和日益提升的影响力，中国国际广播电台王台长于 14 年当选为中俄友好和平与发展委员会媒体理事会中方主席，中国对外传播事业的发展离不开海外合作媒体的支持，在这方面我要代表国际台感谢今日俄罗斯国际新闻通讯社，RT 电视台，塔斯社、俄罗斯报，全俄国家广播电视集团，远东电视台等俄罗斯媒体伙伴。

俄罗斯国际通讯社总裁今年 1 月访问国际台的时候他提出了中俄两国媒体应该加大彼此间的传播力度，我非常赞同这一想法。因为我们有足够的媒体资源和日益健全的媒体合作机制，中俄信息交流并不需要接受第三国媒体，基于这个考虑，国际台策划了上述的一系列媒体活动。自去年年底，我台制作的“你好中国”青春季系列微电影登录俄罗斯，在 RT 电视台、俄罗斯报等主流媒体网络平台播出，你好中国青春季通过 50 集微电影充分展现当代中国各个领域青年代表人物的生活观、价值观、梦想与创业，以及与世界的接触和融合。另外，利用承办中俄青年友好交流年官方网站的优势，并依托现有媒体资源和发布平台，我们与俄罗斯报合作，推出以文化、教育、生活、就业、爱情和理想为主体的 100 集互动话题和在线调查，吸引中俄两国年轻人参与互动。在此基础说，制作中俄青年网上交流版图大数据图，并在俄罗斯报上连续刊载。据不完全统计，截止到今年 3 月底中俄百万青年网上交流项目相关话题在新浪微博的点击阅读量累计超过两千万。五万多名中俄两国年轻人参与了在线

调查，基于这些合作成果，我们深信不断创新媒体合作方式，以及由媒体交流带动的民众间的互动将进一步夯实中俄全面战略协作伙伴关系的基础。

中俄媒体合作还有一个话题，那就是提升媒体的国际话语权。大家都知道，当今国际世界国际话语权分配不均衡，总体而言以欧美为主体的西方占据着明显的主流和强势地位，主导着国际话语权。吉谢列夫先生曾倡议筹建思想格式（音）俄中媒体建交机制，我们认为建立中俄媒体沟通与协调机制十分必要，而且意义重大。随着近年来中俄媒体外交的全面开展，已经具备了相应的基础，而且两国主流媒体已经拥有建立新的合作平台和沟通机制的愿望与实力。

历史的经验和教训告诉我们，媒体必须承担起时代责任，特别是在两国隆重庆祝反法西斯战争和抗日战争胜利 70 周年之际，面对某些国家歪曲历史的做法，中俄媒体必须有所担当。在庆祝二战胜利 70 周年的框架下，国际台推出了系列俄文媒体产品，例如视频短片《抗战史上的今天》，已经在国际台网络平台播出，我们将以新媒体为平台，对莫斯科 59 胜利日庆典进行特别报道。另外，我们与今日俄罗斯国际新闻通讯社联合制作了《苏联援华抗战实录》四集系列纪录片，将于纪念胜利活动期间在俄罗斯电视台播出。

在我结束发言之前，我希望我们中俄媒体合作取得更加丰硕的成果，欢迎俄罗斯的媒体朋友做客中国国际广播电台，也衷心祝愿俄中小企业实业论坛圆满成功。

谢谢大家。

沃林·阿·康：非常感谢中国国际广播电台为我们媒体的交流合作所做出的巨大贡献。我们还想强调的是去年在上海所举行的第 16 届中俄媒体论坛取得了很大的成就，而且来了很多的俄罗斯新闻媒体记者朋友们。关于您刚才说到的咱们的产品，我认为一定在俄罗斯报纸社得以推广，不能不指出的是对俄罗斯人很好的是能够看到中国人开发智力的游戏，中国的节目，中国的信息。

新华社：非常高兴参加今天论坛，也非常高兴见到在座各位俄罗斯朋友，至少有一位可以算是老朋友，因为罗曼先生曾经都进过新华社演播室，陪同梅德韦杰夫访华，第二次再见就算是老朋友。

今天论坛交流的主题丰富多彩，大家在讨论电影，讨论电影的合作，有互联网，还有广播。我所在的是新华通讯社，新华社有 80 多年历史，和塔斯社有过多年的合作。新华社目前在全国有 180 个分支机构，在中国国内有将近 30 几个分支机构，因此我们可能是在世界

上驻点最多的新闻机构。报纸、广播、电视、图片、通讯社、互联网、移动互联网等等产品都有，也许普通的公众能够接触到的媒体新华社都在做，除了没有做广播电台，因此我刚才愿意首先请身边女士发言。

那么在中国老百姓心目中，对俄罗斯的文化，俄罗斯的文学，俄罗斯电影都非常有兴趣。我最近还连续看了几部俄罗斯经典的影片，文学名著改成的电影，在中国的电影频道里连续播放，所以我想今天再来探讨和俄罗斯在文化的交流，媒体交流，至少对我而言就有一份特别的兴趣和特别的感情。

当然从我工作而言，我在新华社音视频部，在电视部分，所以我更感兴趣当然是和俄罗斯电视部门有更多的合作，比如今天到来的圣彼得堡电视台，RT 电视台，我们当然希望两个电视机构之间有更多的交往和合作。实际上我们一定有很多不同感兴趣的题材，我们一定有可以互相分享的资料，我们也有很多互相感兴趣的话题。昨天在一座大桥俄方部分开始开工，就像这座桥一样我们之间合作需要有更多直接的交往，刚才部长宣布了这个环节是自我介绍，思考的问题换个时间再说，我很赞同，所以我就很高兴表达我们非常愿意有广泛的合作，不管是在节目层面，还是在新媒体层面，还是在版权的维护和运营方面，我们觉得都非常有空间，甚至我们可以在一些大型的国际事件上共同展开电视直播报道，非常高兴，希望我们能够有进一步紧密的合作。谢谢大家。

沃林·阿·康：很高兴想起新华社与 SPBTV 的合作关系，还有就是今日俄罗斯，都是跟您很好的合作伙伴。

乐视网：尊敬的沃林部长，各位俄罗斯朋友，很高兴受邀请来这次论坛跟俄罗斯朋友一起交流。我是乐视网联合创始人刘红，乐视网成立于 04 年，是全球第一家上市的视频网站，目前我们 10 年 8 月 12 号在中国创业板上市，市值大约在 130 亿美金左右，是中国创业板市值第一，也是中国视频网站市值第一的公司。乐视一直在打造基于网络视频、影视内容制作与发行，智能终端为核心的平台加内容加终端加应用的生态模式，业界称之为乐视模式。在这个模式打造下，我们现在已经形成了五大生态事业群，第一个事业群就是互联网影视事业群，第二个事业群就是互联网体育事业群，第二个事业群就是互联网电视事业群，第四个事业群就是互联网手机事业群，第五个事业群是互联网汽车事业群。今天在座更多探讨的是影视内容方面的，我着重说一说乐视网在互联网影视方面的一些战略和布局。

乐视网影视目标是要打造 Netflix 加华纳的模式，美国的 Netflix 是现在全球第一的付费

视频网站，在全球用户大概六千万付费用户，去年收入在 60 亿-70 亿美金左右。中国人口有 13 亿，但是我们付费人群现在还不到一亿，所以中国付费习惯的养成，付费视频的人群培养，用户的培养还需要一段时间。乐视网在今年致力于影视 O2O 模式，就是线上和线下结合的付费模式。今年有可能探索电影，按照传统的电影发行模式，一开始是在电影院播放，然后是在互联网视频网站上付费播放，在传统电影上付费时间一般是一个月到两个月左右，在互联网视频网站上播放的时间大概是半个月到一个月左右，最后是转为互联网视频免费的窗口。但是我们想改变这一发行模式，如果有好的电影，有好的付费人群，我们希望在电影的发行期间做到电影屏幕和互联网视频网站同步发行，当天在荧幕上首映，互联网上也同步上映。这一模式如果打造成功，对中国的电影发行模式，乃至全球的模式将产生深刻的改变。

另外我们基于互联网技术的特点，我们对体育的赛事直播，对于音乐内容的制作与发行。去年我们中国著名的歌星汪峰在鸟巢举行了一场盛大音乐会，创建了互联网第一次 O2O 音乐付费模式，当天买票去现场观看音乐演唱会大概四万多人，但是在线上同时付费观看音乐赛事的有七万多人，所以这个数字很好地证明了互联网音乐付费商业模式在中国还是有非常大的市场发展空间。今年两会李克强总理提出了互联网+思维来改造中国的传统产业，乐视网一直是互联网+思维来改造传统产业的探索者和践行者，我们用互联网思维改造影视传统发行产业，造型了乐视影业成为中国电影市场总票房第二，去年是将近 30 亿人民币了，我们也招纳了张艺谋、徐克、陆川、高晓松等等著名的华语导演，我们用互联网+思维改造了传统的电视产业，去年智能电视销售量达到 180 万台，超过了在中国销售的三星、夏普等国际品牌，成为中国智能电视第一品牌。我们用互联网+思维来改造手机行业，本月 14 号推出乐视超级手机，这将成为所有内容直播的一个重要的移动终端的入口，未来大家可以在手机上看到乐视的影视、音乐、体育、动漫等等内容的直播。我们用互联网+思维也同样在改造传统的汽车行业，我们希望未来能看到乐视的超级汽车，一样会对传统汽车做出深刻的改变。今年也是乐视全球化战略年，我们提出了“北洛硅线”，北京作为互联网应用的中心，洛杉矶作为电影艺术中心，硅谷作为全球科学研发中心，我们希望这三者能非常有机结合在一起。所以今天也希望俄罗斯朋友能加入到乐视全球化战略来，实现共赢互利。谢谢。

沃林·阿·康：您刚才所提出的课题不光对俄罗斯，对整个世界都是具有现实意义的，大家都非常感兴趣。我们都理解现在电影市场是非常积极的，非常活跃的，大家不一定非得去电影院看电影，可以通过网络。根据我们的预测，可以有很大可比的竞争优势，就是跟电影院相比。所以我们也跟中方同行们进行了交流，现在都希望能够多看电影，并且下载很快，

不用交钱。我们还是说收点钱吧，哪怕不多，象征性收一点。中俄之间情况是一样的，大概三千到四千万的电影被下载，在这方面我们要继续进行大量的工作，让网民们还是养成能够多少付费的习惯。

您刚才所做的这些演讲，我们都非常感谢，现在请俄方，刚才中方同志已经问到了这次俄方带来了什么新的电影产品，我们有请斯捷潘诺夫·巴巴维尔先生来进行他的演讲。

斯捷潘诺夫·巴巴维尔：中央伙伴关系电影应该更能引起中国观众的兴趣，各位同行大家好，我们能够有幸参加今天的论坛，共同探讨文化交流，包括媒体、网络文化交流的问题。我在这里已经不是第一次了，这次我仍然能够体会到中国人民的友好与热情。给我们留下的印象非常好，给我们感觉我们合作的前景也是非常光明的。

下面我给大家介绍一下我们的公司，给大家准备了一个不大的幻灯片，这上面都是中文的，对我们公司进行简短的介绍。

中央伙伴关系我们这家公司应该说是全欧洲也是最大的媒体控股公司，不仅是电影方面的合作感兴趣，电视方面合作我们也非常感兴趣。因为有很多的电视台，有很多的频道，其中在全俄罗斯最普及的电视频道应该有五个电视频道，比如说 NDV（音）和其它的一些主要的电视频道。我们公司在俄罗斯和欧洲也是电影制作和发行的大型公司。不仅是在俄罗斯推广和发行，在全世界也都有我们电影的发行。我们希望能够和中国的合作伙伴在更大的范围内进行电影、电视等多方面的合作。

在这张幻灯片上我们就能够看到我们合作的范围，包括电视推广、电影合作制片、数字技术推广、影片发行等很多方面我们都可以合作。再一个就是我们公司和同行们进行经验交流，也是有基础的。有很多类型的影片合作方面，其中比如儿童的影片，也是我们合作的一个范围。我相信中国的同行也能够发现我们在相关领域合作的重要意义，我们应该有直接的交往，通过线上线下推广自己的产品。刚才我同事介绍了我们的片库，我们影片库是使用频率比较高的片库。在俄罗斯国内不同的电视频道经常都放我们电影片库里边的影片。再一个就是我们和中国的同行在电影拍摄和发行方面已经有了相关的合作内容。不仅包括俄罗斯的电影在中国的发行和推广，也包括中国电影在俄罗斯市场上的发行和推广。

我们希望之后能够给大家放一个有关俄罗斯电影的短片，这些影片当中都有我们中央伙伴关系制作公司的身影。第一阶段我们准备在中国市场上能够投入两千个小时时长的俄罗斯电影，这里边包括电影，也包括电视剧，包括其它的电视节目，可以说这些电影题材是多样的。

至于电影制作我们中央伙伴关系公司是有自己的技术人员,有自己的专业人员和设备设施。

在我发言最后我想强调的就是,希望我们公司能够和中国同行,中国的公司在电影电视制作推广等方面有更好的合作,不仅是在俄罗斯市场,也包括在中国市场的合作。这是刚才简单介绍一下我们公司的情况,我们给大家准备了一个短片,介绍了我们公司最近即将发行的一些影片的情况。现在影片已经拍摄完毕了,正在进行剪辑阶段。

下一部影片叫《勇猛》,讲述的是俄罗斯勇士所创造的功勋,故事发生在 13 世纪,当时一个很小的勇士的队伍。

这是一个奇幻题材的电影,名字叫《黑手党》,也是处于剪辑阶段,也希望能够推荐给中国的同行。

下面一部影片名称叫《维京人》,这是一个历史题材的大型影片,拍摄需要资金是 3500 万美元。讲述的是维京人和俄罗斯人历史上相互帮助,相互协助的这样一个故事。给大家播放一下《维京人》,然后是《机组乘务组》(视频)。

最后我想跟大家说,今天我给大家播放的材料到今天为止还是第一次对外播放。过去的一年对我们来说还是非常重要的,去年是卫国战争胜利的周年纪念日,包括塞瓦斯托波尔战役,和别的俄罗斯影片,应该给我们这样的感觉,就是俄罗斯人不仅是能够拍卫国战争题材影片,还能够拍摄其它题材的影片,因此我们已经做好了和中国同行合作的准备,就像匡晓林女士所说,从我们方面来讲也做好了充分与中国电影市场合作的准备,谢谢大家。

沃林·阿·康:非常感谢,我想把电影话题继续下去,是俄罗斯电影。

嘉宾:或许大家有什么问题吧,大家提关于俄罗斯电影的问题我来回答,或者我来做一个简短的介绍。我们公司是发行电影的唯一国家电影公司,在世界上已经很多年,在 1924 年就成立了,是历史非常悠久的电影公司。在苏联时期世界就有 54 个代表处,在很多国家都看电影,到电影院是习以为常的事情。现在我们跟这个比较远了,但是我们努力想恢复当年我们公司的荣誉,我们也是一个品牌,我们也在推广发行更多好的电影,有人文题材,市场有很多,我们经常参加,比如加拿大电影节,在洛杉矶的电影节,香港已经不止一次,在香港电影市场我们计划与中央伙伴建立关系,通过它也加强合作。在中国市场上我们这次来参加北京电影节非常高兴,满怀兴趣看到中方的经验,而且我们合作前景是有的。俄罗斯电影在中国市场上是有很大的潜力和前景,我们俄罗斯的电影获得国家的支持也是比较大的。

如果中国电影愿意跟我们合作发行，我们会把大片在中国市场进行发行，是商业的电影，但是收益是很高的，我们愿意和中方这样的发行商来探讨。可能开始阶段需要投资，但是它的发行带来的效益能够弥补您当年的投入，而且会有收益。不管是什么样的金融模式，我们都希望能够向前走，能够在中国市场推广俄罗斯电影，我们也跟别的国家，包括美国、意大利，在那都有俄罗斯哪怕小电影的发行，那边的风险不是特别大，800 万美元一个小电影。我们在意大利发行，对小小的意大利这个金额可能是大一些，但是很快就投资收益回来了，所以我们感觉中国市场非常有吸引力，两国有很深的历史渊源和友好的情节，我们也希望中方多去俄罗斯，多看俄罗斯的电影。电影产品无论是在中国，还是在俄罗斯都是一个很具体的促进因素，能够使两国人民更好相互了解。俄罗斯的电影业对中国是开放的。

我们还有一个方向，昨天跟中国的一家协会进行了探讨，也愿意跟我们开展合作。我想匡晓林女士今天跟我开会前进行了接触，我们非常愿意，并做好了准备把俄罗斯电影公司有关所有的资料提供出来，以备下一步的深入合作，包括我们的电视剧，相应我们愿意提供我们的资料，并且也希望你们能够帮助我们成为一个桥梁。就说这些。

沃林·阿·康：谢谢您。我想说的是双方共同进行了一个分析，2013 年那时候市场规模，对我们来讲是很大的。最有吸引力的是四部电影是儿童片，我们的观点是更有吸引力的今天对俄罗斯来说要有更新的题材，有像《龙的传说》，它的作者在市场上也是很有名气的。还有一个儿童片是关于一个战士，作者是希里昂（音）。还有一个电视台做了关于鸭子的系列动画片。谢谢，这是我的介绍。

提问：我想了解一下有关配额指标的问题。

沃林·阿·康：跟中方进行密集的探讨，就是电影的指标配额，现在俄罗斯市场配额对中国电影不成为困难，刚才那位女士说我们会克服这些困难。在配额框架内我们会解决问题，会跟那些人谈判，包括中国国际广播电台。

嘉宾：不管怎么着吧，这种联合生产电影我们是一个很好的模式，它的发行应该是不成问题。

沃林·阿·康：在我们这些年有几部合作的片子，比如像《在中国旅行》、《在中国》这

样的片子。

刘铨：一开始我就说到，坦率的说联合拍片的话是要经历检查，还要提供相应的文件，向中国广电总局得到许可，批准，有这样的程序在里面。我想补充的是电影所有者部分从事过这样的问题，有一些限制，第一个就是配额，第二个就是投资，中国发行公司如果要是发行美国电影就会挣很多钱，但是俄罗斯电影中国的发行商就说，你得先保证我八千万投资能够收回才可以。有 6700 万的一个俄罗斯电影，我是希望能够从政府层面或者是给一些优惠，或者是能够给一些补贴，或者是赞助，能够有支持性的措施。特别是对中国市场上。

嘉宾：这是俄罗斯想要开拓的新天地，所以需要这样的支持。

刘铨：有一部分电影上映第八天了，现在是十亿多的票房。更成功的在中国市场上发行的电影还是美国的。

沃林·阿·康：如果大家看一下这里展示出来的电影，还是钱的问题，需要的是资金和题材。那么发行商肯定要考虑投资的回报和商业化的程度。

那么现在从电影换一个话题，因为它有自己的消费群体，这是说电影，电影有自己的观众，成千上百万的人愿意看电影，但是也有人希望通过新媒体来获得电影，而且我们统计每天都有上千万人是这样的用户和受众。新媒体供应商是菲利波夫·基里尔，圣彼得堡电视台总裁。

菲利波夫·基里尔：继续前面的话题，播放一个小的宣传片，关于我们公司的（视频）。现在再有一个推介材料，从前面片子里看到，在世界上通过多媒体各种设备在全世界可以进行我们的工作，在 08 年我们就成立了，我们在许多城市都有自己的办公室，在俄罗斯主要是在圣彼得堡，在美国、瑞典、阿联酋、亚美尼亚等许多国家都有我们的落地，地理分布是在这样的地图上，通过智能手机、电脑、网络和平板等设备，超过四千万的受众，有 300 多个屏幕，24 个语言，取决于您的智能设备是什么样的语言可以支持，能够获取我们的产品。我们不光是在市场上有自己的业务，我们还面对最终的客户，我们的合作有许多大的运营商，在世界上，我们非常高兴的是我们有自己的电视频道，有鲜活电影节目，有电视信号，在今天高兴的说跟世界上很多大的中国的频道合作，我们有合作协议，非常感谢新华，新华

是我们第一个大的合作伙伴。包括推广音视频节目，并且不光是在俄罗斯，通过俄罗斯推广到全世界。

我们是如何向我们的受众和用户推广多媒体的电影和音视频资料的，新华在俄罗斯市场收视率是不断上升。我们能够保证用户不间断收看，有这样保护的机制，我们有这样的技术。还建议我们的伙伴给他们提供解决方案，用自己的自有资金来进行系统的技术的供应，直到网络的安装。像点播式的节目提供给具体的用户，包括中国的居民。首先是在俄罗斯中国的侨民，但是也面对的是中国海外的中国人，我们跟 LTV（音）做得比较像，但是也有差别。我实际上不想在这上说得太多，我是想跟中国的电视频道，通过这次论坛更多的中国频道能够在俄罗斯落地，鉴于我们两国的友好合作关系，非常支持能够有更多，在俄罗斯中国以外的中国侨民能够看到中国的节目。谢谢。

沃林·阿·康：中国同行当中谁有问题可以提。

乐视网：我想就一些企业现实问题进行交流，如果现在配额不解决的话，俄罗斯的电影怎么进入中国，中国电影怎么去俄罗斯，我觉得这是企业面临的现实问题。就像乐视影业作为民营的公司在中国排名第二，今年不出意外总票房应该第一。引进国外片的配额也非常少，同样的机会，美国的片和俄罗斯的片子，我肯定会选择在俄罗斯的片子，因为这是市场的选择，能带给我更多的利益。但是通过网络现在没有限制，去年买了四部俄罗斯电影网络版权，有《超能游戏者》《穿越火线》等等，点击率很不错的。我不记得名字是不是《俄罗斯中央火车站》爱情故事，所以我觉得俄罗斯电影在 60 年代，70 年代人群中还是有非常大的影响力，如果今天我们可以说俄罗斯经典电影在网络上做巡展，经典的俄罗斯电影主题展，可能也会吸引很多人群，因为乐视网每天用户，日活用户五千万，一个月活跃用户超过 4 亿，所以这么大的人群我们可以把很多的电影针对精准的人群进行营销。谢谢这是我的建议。

盛唐时代：我是受北京电影节组委会推荐来到活动的，是带有目的性来的。因为我们已经在引进俄罗斯电影在中国大陆所有的发行，因为我们公司刚才我介绍了，不仅仅有电影的生产，有电影新媒体版权，比如说像乐视，我就是它的内容提供商，我有庞大的电影版权库，向中国 N 多电影机构提供版权，我把过去老电影加工成胶片转数字进行高清版，压缩成电影版权库推电影包，未来可能还会再建设自己的电影，我们的优势是因为我们公司有两条属于自己的全国电影院线，我们目前已经有 500 多块荧幕，今年发展速度会更快，我们也在向

其它的院线渗透，就是电影连锁店。今年中国大家都知道电影院线也是受管制的，牌照是有限的，我们这样的公司，自己独立拥有两块牌照，同时别的院线有股权，我们和香港的、美国的、上海电影制片厂都有紧密合作关系，包括中影共同投了很多事情，我现在拥有的这条院线中影是股东。那么这种情况下我们现在引进片子就有优势，就是批片进购指标，我们已经拿到了一个指标，美国每年有 5 个。非美国地区也有合作方案，也能拿到指标，主要还是拿到的片子要很好，数量是有限的嘛。中国每年生产的电影大概七八百部，只有 100 多部能走进院线排上片，中国庞大的电影市场是全世界电影人所瞩目的，每年要高速增长十年，才能赶上欧美发达地区现在的人均荧幕板块数，所以电影院的开设在中国二三线城市的开设，今年将会在强大的资本推动下会有很庞大的数字出现。

所以我今天来的目的是，前俄罗斯，前苏联电影影响了中国的两代人，那些经典的电影，电影音乐，以及电影歌曲，电影的多元化元素，以及电影的延伸产品也是我们非常感兴趣的，所以我们更想做到的是我们自己的数字化工厂，想买到优秀的俄罗斯电影在中国大陆地区新媒体网络所有版权，以及延伸产品权利，生产权利。最近我们和美国八大电影制片公司其中一家加入中国电影市场，真正电影制片票房电影出品第一名，去年 14 年第一名，叫博纳影业，我们是紧密的合作伙伴关系，我们两家有自己共同的版权基金做并购，所以我们可以买进自己所有的版库，我们也愿意和俄罗斯现有的在生产合拍公司合拍，首先我们有院线，有自己的渠道，有自己的发行公司，所以我们愿意一个是做合拍，第二个是我们愿意买断，买一些中国大陆地区新媒体网络发行权和电影延伸产品权利。

第三个我的问题就是刚才他关心的问题，配额的问题 17 年可能是市场是挡不住，很多民营企业非常期待 2017 年的到来市场必须放开。中国电影改革到了深水区，要想和国际市场接轨遇到两个问题，一个是配额指标问题，一个是电影的分级制度问题，很多优秀大师作品进不来，也涉及到分级的影响。比方我买了《华尔街之狼》，上院线近期之内分级制问题是不可以。我的问题是能不能两国政府，类似于像台湾那样，两国政府关系非常好，文化交流是在五六七十年代互为影响的，所以我建议这种基础能不能做到跟对台湾那样的政策，可以做合拍配额特别政策，这需要两国政府推动，这不是国有、民营电影公司可以做到的，要拿出一些方案来交给政府解决这个问题，我也跟中国政府很多机构探讨过这个问题，他说最主要的是你们要拿出方案来，我们能不能和俄罗斯的一些机构联合就我们遇到的壁垒问题拿出一些针对性的方案来，共同推给政府，由两国政府交涉解决，这是一个比较核心的问题。谢谢。

嘉宾：您这个建议是非常好的，我们俄罗斯影业就是代表国家的，刚才您谈到的跟俄罗斯公司来把咱们遇到的问题做出一个建议，提交给政府，提交给沃林·阿·康副部长就可以了，先跟我做问题的清单。

沃林·阿·康：我们政府是支持的，我想作为一个案例，作为一个样子，9月份，或者是，现在已经是4月了，去年9月到现在八个月，我来中国不止一次了，与中方相应机构进行谈判，能够解决上述问题，使中俄两国电影有深入的合作。不止一次谈到电影的合作，我们的部长这些年已经是第五次访华，所以四个月之内我们已经在高层五次谈及这个问题。那么政府层面俄罗斯是完全支持的，就希望我们的俄罗斯影业人员能够更积极的。

关于电影数量的话，14年是167部电影，刚才说的大约100部不太认可，每个电影最终的结果这里都有标注，排名、票房都有数据。来到中国市场首先要研究中国市场，我想回答您一个关于苏联老电影的问题，我们要理解如果您要是直接说您准备购买或者要发行，那我们有一个名单，我们也愿意跟法定片子所有人。电影它是一个商业行为，也有老的苏联电影，这些应该不受配额的限制，老电影是可以销售的。它的价格也会相对固定，刚才说到还是要有一定配额的管制，也可以完全不受限额管制，看怎么样能够更加有效。

刘铨：刚才说的通过网络直播的老电影，这样管理起来应该不是非常严格的。

嘉宾：我们可以提供这样的一个电影清单，那些可以通过刚才说的形式来落地。

沃林·阿·康：我想再次说的是，我们说电影就是一个产业，是一个商业的行为，不管是苏联还是俄罗斯的电影，我知道我们两国非常友好，我们不光老是友好，也要共同挣钱，没有这种友好关系是挣不着钱的，所以又要友好，又要挣钱。

盛唐时代：我们现在有两种方案，一种方案就是前苏联或现在俄罗斯时期的电影的网络版权，新媒体的，除了电影院播放以外所有权利我们可以要它的中国大陆地区的独家授权，这个两种方式，一种可以分账，还有一种可以买断，按您说的商业规则。第二是对前苏联或现在俄罗斯优秀经典电影，尽管中影公司做过引进，或者中影没有做过引进的，中影配额已经引进过的，或者没有引进过的电影可以转到高技术修复，可以在电影院做循环放映。比如美国《泰坦尼克号》，《激情与速度》不到7天15点几亿人民币，超过美国本土放映水准。前苏联的一些很好的有经典作品，是可以对原来的版权，不仅是做4K技术修复，可以转3D，

是有受众群的，有些电影还是要到电影院看的，有些电影可以到互联网上看的，经典影片是有回顾性的。比如《一代宗师》，是中国电影在国际市场表现最好的，大大小小奖拿了 66 个，中国章子怡凭借这部影片拿了 13 个影后，这样的电影时隔两年在美国做了 3D 版的修复，15 年 1 月份 001 号发行许可证就是我们的，中方发行公司都知道的，这部电影走上市场以后就是纯粹电影残值重新释放，我们依然收获不俗。经典影片修复和再释放是不可复制的，电影有最大的问题是不可复制，即便你拍新的另外版本对大家还是有吸引力的，《战争与和平》也是如此。谢谢。

沃林·阿·康：我完全赞成您的意见，等到您下来跟斯捷潘诺夫·巴巴维尔先生可以进行具体的探讨。

房英春：谈到电影同行提到了很多政策层面，和以往电影版权方面意见，接下来我想分享一下在合拍电影灵魂，在创作和新开发方面的一些想法。首先一个电影要以剧本为主有一个故事，我们是不是能以我们国家来说，现在一带一路，丝绸之路想法进行两国之间新的开发剧本来合作，当然这故事要迎合不光中国市场，俄罗斯市场，甚至我们到海外市场，这让我们有新的合作。另外可能在合拍的项目上，除了剧本，另外还要谈到主创，包括导演，还有演员结构，投资比例，我想在这方面有一些跟俄罗斯同行过多的交流。谢谢。

刘铨：我补充一下，去年北京电影节评委会主席是俄罗斯特别有名的导演，他当时说过一句话，说我们两个国家，中国和俄罗斯有几千公里的共同边境线，有几百年来友好交往的历史，按理来说我们应该能够拍摄的共同题材是千千万万的，但是不知道什么原因还没有一部像样的中国俄罗斯合拍的电影，也是一个遗憾吧，希望我们公司，包括个人一直在努力往这方面发展，推进一些合拍的项目，也储备了很多相关的题材。比如非常有意思的，中国哈尔滨二三十年代俄侨的历史，在中国、俄罗斯都没有人拍一部这样非常好的电影。五六十年代中苏友谊的电影，我自己家人的故事，我的姥姥、姥爷，我姥姥是俄罗斯人，姥爷是中国人，我姥姥今年 101 岁，现在生活在中国，1946 年开始到现在快 70 年了，他们跨世纪的爱情，相关的历史其实很多的。

沃林·阿·康：我们也是合拍电影的支持者，回答他的问题，俄联邦是可以参加相应的

制片，可以拍比如说大学毕业生，在我们那当年有很多来自中国的留学生，我们的电影行业也受到一些质疑，比如说工艺。但是我们在实践中是要学习的，这个就是你们也知道，我们也知道。当代的电影高技术发展的非常快，因为投资量很大，最主要就是让我们的思路是对的，还有电影发行方面。首先是要有一个具体的预算，我们在俄罗斯生活的主要是依靠电影发行，它有自己的工作模式。要是一个联合拍摄的影片就必须两个东西，第一个要有愿望，这个愿望应该是以产业为基础的，要有双方的合作伙伴，要让这两个合作伙伴知道这个项目可能不会挣钱，而且也不是第一个项目，也不是最挣钱的项目。价格的话经常是由于价格两个合作伙伴就分道扬镳了，应该是相向而行，首先需要的合作伙伴双方都知道做事情的意义要超过价格。我们可以从什么开始呢？可以先讨价还价，然后建立一种长期的合拍影片的合作关系，然后再进行后续的工作，才能够逐渐取得成功。长期的长效合作机制是非常必要的。

嘉宾：关于刚才那位老师说的《泰坦尼克》3D，我是天影，跟俄罗斯合作有。跟天影签的协议，所有卡梅隆的影片，在中国版权是归我们了，还有电影 2D 转 3D 卡梅隆在好莱坞技术是比较先进的，直接委托我们，如果大家想 2D 转 3D，卡梅隆比较好的技术，看大家是不是想用这个。

葛志力（音）：俄罗斯中国战略投资基金发展和规划的经理，我的问题是这样的，在十几天前和中国电影集团领导，其中包括古局长，中国海外电影推广公司的古局长，包括孔子学院、汉办，电影制片厂，还有中央电视频道的沟通了一下，我是做商业，做民间外交。我认为中国俄罗斯电影现在合拍的少，或者应该拍得更好，没有做是因为没有一个很好的利益共同体，因为只有建立很好的中国和俄罗斯以个人为基础的，以集体公司为基础，以国家为基础的，利益综合共同体才能够让起步的时候比较容易，现在起步的时候演员关心的是自己的收益名声，制片要投资收回成本，编剧在处理资料的时候有自己的难度，所以我觉得在成立了共同体之后，有这种机制或者这种形式才比较好。

另外我们最近也要投入在文化领域的一些工作，也希望获得大家的支持，特别是 70 周年反法西斯战争我们也在拍摄关于抗联的，我是东北抗联顾问，我们希望拍一些东西。但是在拍摄片子的时候，我们需要各界能够进行合作。我们国家不同民族地区电影制片厂和俄罗斯的合作正在推动，也包括内蒙古、新疆天山制片厂，但是这些怎么样才能够拧成一起合力来做，特别是既要有中国俄罗斯的特色，就是国家支持的主导，再加上有实力的集团和商业上很好的兴趣和利润，我们现在有两个利润比较好的，一个就是《林海雪源》拍了不错，香

港又拍了一个《智取威虎山》，这个片子数倍上百倍的收益，效果也不一样。同样是一个题目，如果我们有一些变化就更好。希望大家支持和俄罗斯中国战略基金合作，在电影上，在文化上我们也愿意投入自己的力量。谢谢。

沃林·阿·康：谢谢。相信双方都有密切合作的意愿，导演、制片人，如果他们只关心钱的问题，这种方式应该是不正确的。其实应该更关注的是观众，就是中国和俄罗斯电影市场的观众。这样才能够逐渐提高票房，能够推动电影事业的发展。这样将来也就能够让中国和俄罗斯的电影观众会有一种惊喜，使他们能够接触到更多更好的导演和演员和电影。谢谢大家。