

乐视“牺牲”了，BAT却纷纷入局

——欢迎来到体育版权江湖

这是最好的时代，这是最坏的时代。《双城记》这句被用烂了的开场白，如今用来形容体育版权市场，似乎仍是最恰当的。这也是新华社体育产业调研组近期在采访体育界诸多大咖时获得的深刻印象。

从2015年狂飙突进到2018年“大鳄”云集，城头变幻大王旗，国内体育版权市场看过了太多生死，似乎又到了另一个重要节点。

当百度、阿里和中国移动杀进体育版权江湖后，“BAT（百度、阿里、腾讯）+中国移动+苏宁”构成了未来若干年的体育版权版图。这个“江湖”是会更加惨烈，还是会寻求多种合作模式，逐渐回归理性，成为业内关注的焦点。

同时，引流能力超强的BAT和中国移动也被视为带动体育版权变现能力提升的强大武器。在今天的“流量时代”，如果连他们都无法有效拉动体育版权变现，“凛冬将至”或许不是危言耸听。

文化动态



操偶师介绍象偶的结构和操作难度。

新华社 图

国家大剧院上演人偶剧 探讨人与动物关系

人偶舞台剧《最后一头战象》10日起登台国家大剧院。该剧改编自沈石溪的儿童文学作品，通过战争中大象和少年之间的故事，启迪观众思考生命，思考人类和动物之间的独特关系。

故事发生在西双版纳边陲重镇打洛，傣族少年波农丁偶然救了小象嘎羸，村寨里人和象和谐共处。但平静生活很快被打破，80头野象被组建成为“战象”军队抵御日寇。“战象”军队几乎全部牺牲，而波农丁和嘎羸都活了下来。26年后，当嘎羸即将走到生命尽头，波农丁带它再次回到象家边，回忆起动荡年代的往事……

“经历过战争的老家跟与它一同长大的少年，穿越雨林逐渐走向象

冢，做最后的告别，非常触动人心。”导演何念说，“我想通过他们的经历，让大家重新思考生命、思考人类和动物之间的独特关系。”

舞台上，根据亚洲象等比例制作的大小象偶，或满场奔跑与村民嬉戏打闹，或扬鼻戏水扑扇起大耳朵，或眨眼含情仰天嘶鸣，或不畏枪林弹雨义勇向前。

据介绍，上海木偶剧团的设计和演绎团队曾赴西双版纳，观察大象的情绪、表情和动作，反复练习；而操偶师要在没有语言和眼神的前提下默契配合，形成头部与躯体的联动，承重最大的操偶师肩膀甚至要承担上百斤的重量。

据新华社电

《丁丁历险记》全球销量超3亿册 90岁之际推出中文新版

世界经典连环画《丁丁历险记》在诞生整整90周年之际，中国少年儿童新闻出版总社推出《丁丁历险记》中文精装版新书，包括《蓝莲花》《独角兽号的秘密》《奔向月球》等8册畅销经典读本。

《丁丁历险记》自1929年1月10日起在比利时报纸上开始双周连载。被称为“丁丁之父”的比利时漫画家埃尔热，用了逾半生的光阴创作出《丁丁历险记》，为国内外读者构建了一个真实的历险世界。连环画中的丁丁生活在20世纪的欧洲，以记

者的身份奔走于世界各地，秉持一颗正直的心，明察暗访、匡扶正义。

据了解，该作品问世以来，备受全世界人们的喜爱，先后被翻译成70多种文字，全球销量超过3亿册，遍及世界各大洲。它影响了好几代不同肤色、不同国籍的少年儿童，陪伴他们一起遨游世界、增长见闻、共同成长。2001年，中少总社拿到了比利时Casterman出版社的授权，并采用国际标准的16开大开本，首次将22册彩色版丛书正式引入中国。

据新华社电

故宫发现2份清宫春节曲目戏折

记者10日从故宫博物院获悉，在养心殿修缮过程中，工作人员于养心殿西配殿南山墙前檐金柱砖雕透风内发现2份清宫春节曲目戏折。

据介绍，养心殿研究性保护项目自2018年9月正式进入修缮实施阶段后，工程管理处即刻启动了养心殿区现状文物保护、现场深度勘察及修复脚手架搭建工作。1月9日下午，修复工匠在清理砖雕透风、探查柱根糟朽情况时，在透风与柱根空隙间发现有细卷状纸张堆砌。

工作人员取出纸张后，发现其质地绵软，颜色泛黄，字迹基本清晰。其联首处书“乾隆二十四年十一月十九日造办处呈”“重华宫承应”字样，券内首行注明“十二月三十日”及“升平除岁、福寿迎年、看状、下海……”等19出曲目名单及演职人员名单。经查，2份戏折所题曲目相同，演职人员备注栏详略不一。研究人员查看后，确认该物品应为清乾隆二十四年造办处呈大年三十戏折节目单。

据新华社电

版权江湖，“大鳄”横行

2018年5月底，咪咕和优酷先后获得2018年俄罗斯世界杯新媒体版权，打破了此前央视不会分销版权的传言。但对体育版权江湖而言，世界杯只是“一锤子买卖”，更重要的信号是——又有“大鳄”进场了。

咪咕背后是拥有9亿多用户的中国移动，优酷则属于“阿里系”。对他们来说，花大价钱拿到世界杯版权当然不是为了玩票，这是一份进军版权江湖的宣言。

此后，二者都在体育版权市场上频频发力——7月，咪咕和优酷先后与PP体育成立联运中心，在联运频道可以共享包括欧洲五大联赛、欧冠、中超等顶级足球版权在内的诸多版权。10月，咪咕和优酷双双拿到了CBA版权。12月，咪咕获得NBA在中国内地的短视频权益和港澳地区转播权……

在2018年出手的还有爱奇艺。通过与手握英超、西甲、欧洲国家联赛等版权的新英体育成立合资公司，爱奇艺及其身后的百度在8月也一头闯进了版权江湖。

算上已经耕耘良久的腾讯体育、苏宁体育，在乐视体育这个“先行者”已经成为“牺牲者”的今天，新的体育版权江湖格局渐渐清晰——BAT全部在列，加上咪咕、苏宁旗下的PP体育，目前重要的体育版权几乎被这五家囊括。

这是一个很有意思的现实。在乐视体育崩盘之后，版权市场一度被认为将会遇冷，但随着进场“大鳄”的增加，似乎新一轮的繁荣就在眼前。在这里，资本是王道，没钱就意味着出局——当然，这无关对错，只是现实很骨感。版权真的很贵，越热门、越稀缺的版权越贵，的确不是一般企业玩得起的。而“大鳄”之所以进场，当然不是为了“救火”，他们花掉的每一分钱，都有其自身的商业逻辑支撑。

这么贵的版权到底值不值？

当体奥动力2015年以80亿元人民币拿下未来5年中超全球全媒体版权时，所有人都觉得不可思议。但在猛烈的“值不值”的疑问声中，版权市场却开始了一轮狂飙突进。

回首当年，现在被称为“80亿姐”的体奥动力首席执行官赵军坦言，当时出这个价格也是基于绝对不能丢掉中超的判断，确实存在一定泡沫，“但在当时那个阶段，给中国体育推了很大一把”。

向前一步海阔天空。2018年初，体奥动力通过调整合同，将5年80亿修订为10年110亿。赵军说：“现在看是比较好的合同，中国最核心IP的10年合约。这个价格也相对挤掉了一些泡沫。”

赵军用“不傻”“不亏”来形容体奥动力的大手笔。阿里体育创始人张大钟则表示，很庆幸当初的“保守”。不过，虽然阿里体育始终没有加入中超这样的天价版权“战局”，但却投入超过10亿元拿下中国大学生篮球联赛（CUBA）未来7年的版权，其价码也不可谓不高。优酷也高调拿下世界杯版权。显然，对阿里系来说，远离版权争夺并不现实，关键是寻找合适自己的版权。

而另一个现实是，过去几年里狂飙突进的版权费并非国内“专利”。在国际市场上，体育版权也在大幅涨价，顶级体育IP的“吸血”能力超强。如此看来，欧美成熟的体育媒体平台尚且要“大出血”，尚处于起步和野蛮生长阶段的国内市场更谈不上太多议价能力。虽然看似不合理，但背后自有其商业逻辑在做主。

因此，在很多专家看来，目前摆在体育版权玩家们面前最大的问题就成了如何变现，怎么赚钱。

从版权到赚钱有多远？

大笔的投入，不赚钱到底图个啥？

具体答案各有千秋，有一点显而易见，“未来”似乎是所有入局者的共同着眼点。换言之，“大鳄”们不是不要赚钱，而是可以接受当下不赚钱的现实，并按照各自的逻辑努力变现，在未来赚钱，或者至少不亏钱。

赵军就直言，通过版权分销，体奥动力其实是没有负担的，但这是建立在播出平台都亏损的情况下，下面就是要解决商业模式问题。这个不解决，以后可能没有平台愿意背这个亏损，这条线可能就完了。

好消息是体育付费观看的困局正被逐渐打破，这或许也是“大鳄”们纷至沓来的另一个原因。从这个层面来说，已经“牺牲”的乐视体育得到了同行的尊重。正是他们大刀阔斧的尝试，为体育付费观看劈开了一道裂缝。如今，这道裂缝正在逐渐扩大。习惯付费收看的观众从影视剧逐渐弥散到了体育赛事。

不得不说，目前的变现环境相较三年前有了大幅改善。PP体育在2017年底的付费会员数为130万，2018年底达到了600万。曾钢说，从体育版权的变现路径来看，广告变现很快会达到一个天花板，而体育会员付费观看的空间目前看还有很大，这其实也是国际上版权变现的一个主要手段。赵国臣也认为，会员收费将是未来中国体育在一段时间内的红利期。

不过，他们同时也认为，和庞大的用户群体比起来，消费者的付费意愿还没有完全被激发。这个过程需要时间，甚至需要一代人去扭转。

据新华社电