

记者从北京广告界人士蹇小姐处获悉:被审计出的1850万的中国铁路宣传片,经北京广告业界专业人士分析,其拍摄成本只有55.5万。而张艺谋一人竟拿走了250万,是宣传片制作成本的4倍多。“当专家告诉我这个结果,我对张艺谋从过去崇拜,顿时土崩瓦解!”蹇小姐如是说。



央视聚焦天价宣传片

央视作为国家级媒体,几乎从没报道过张艺谋负面新闻。日前,央视一改往日行事风格,在新闻频道金牌栏目《东方时空》中,聚焦张艺谋执导的《中国铁路》天价宣传片,并作长篇报道。

在报道中,央视全方位深入仔细地对张艺谋执导的天价宣传片进行了全方位的报道。从讲述中,央视对张艺谋执导的天价宣传片进行了尖锐批评,并对幕后利益链进行了剖析。

低成本 张艺谋几个点子卖250万

“我们都感到很吃惊!拍摄成本竟这样低!”蹇小姐向记者透露:下午时,北京数名知名影视专家对张艺谋执导的中国铁路形象宣传片进行了科学分析。结果显示,制作成本仅需花费55.5万元就可达到标准。

作为了解北京广告界的权威人士,蹇小姐告诉记者,“某广告公司一位资深人士,给出了北京地区业内较高标准的报价:若按一个月的制作周期来核算,《中国铁路》这部宣传片最多花掉55.53万元人民币。”

有业内人士指出,铁道部专门请来张艺谋,但他在收了250万元的薪酬后,对执导的片子不负责任。声称只是提供艺术创意。仅提了几点意见的情况下,张艺谋就拿走了实际制作成本的4倍片酬250万。

制作差 宣传片被批没技术含量

审计署作为中国国家权威部门,首次破天荒地将对张艺谋执导的《中国铁路》宣传片,评价为艺术低下、粗制滥造。张艺谋导演的《中国铁路》宣传片,引发社会强烈关注。随

张艺谋执导铁道部宣传片追踪: 拍摄成本仅55万



着事件不断发酵,因宣传片粗制滥造受到广泛质疑,现在又因有人拿了700万回扣,与贪腐案件扯上了关系。

曾多次执导过广告片的付导演告诉记者:“我反复认真看了张艺谋执导的《中国铁路》宣传片,几乎没有什么技术含量,更谈不上广告艺术。仅用几张笑脸和几列火车简单拼接而成。这种玩意儿,我带的徒弟都会拍。张艺谋拿了250万,确实从良心上对不起铁道部。他的这个策划不值250万。”

算个账 55万怎么算出?

一位经常拍广告资深专家指出:张艺谋执导的这个宣传片,画面质量一般,最多也只是用4K高清摄像机拍摄,器材的租赁费用,大约只花费12万元。宣传中大部分场景都在火车上完成,场景费用可忽略不计。20段素材大概只需要30万元。

北京有关媒体报道称,在《中国铁路》的11分钟版本里,出现过5次疑似航拍镜头,航拍费用约3万元。其他包括脚本、配乐和演员费用,顶多约5.53万。

至于宣传片的后期,一位专家坦言:基本不用花钱。“这种水平的片子,就算是普通大学生都能拍得出来。节奏也没什么起伏。”

不买账 审计署:审计到底

北京一位知情人透露:因《中国铁路》宣传片涉及回扣700万,审计署将乘胜追击,将把宣传片审计到底。不久,将给公众公布审计结果。

事件曝光后,引发网友广泛批评,各地网友或秀出自家视频PK老谋子此片,或热心计算成本,说几十万元就能拍摄出同样水平。网友“菲力Chou”质问:张艺谋导演对于铁道部宣传片不愿署名,干嘛还拿人家250万人民币?更有网友@戴先生

mechanics说:张艺谋,看错你了!

对于张艺谋开口承认收取250万元酬劳,有媒体评论:沉默多时,张艺谋站上第一线灭火,就怕形象受损。

铁道部 查处严重违纪案

经铁道部有关部门证实,铁道部运输局车辆部副主任刘瑞扬及其妻铁路文联副秘书长陈道茵因涉嫌严重违纪,已被铁道部纪委立案调查。刘瑞扬原在铁道部车辆部门工作,2007年被提拔为北京铁路局副局长兼北京铁路客运专线动车检修基地筹备组组长,2011年10月被平调铁道部任现职。目前,该案件正在调查中。

铁道部政治部宣传部的一位主管负责人透露,铁道部花费1850万元拍宣传片,就是冲着张艺谋来的,不然不会支付那么多钱。但作为“中介”的北京新时刻影视文化发展有限公司,欺骗了铁道部,其与张艺谋所签合同和与铁道部所签合同相悖,肯定做了很不光彩的事情,我们要追究其法律责任。“至于1850万元,谁拿了好处,铁道部会彻查!”

(据《经济参考报》)

张艺谋: “以后类似宣传片, 我要认真对待”

张艺谋称,他参加了几次宣传片创意会,并提出了意见和建议,但最终交付完成片未经其审改便在高铁

上播放,效果最多达到最初构想的三分之一。直到后来审计署曝光后,他才惊悉该片总投资竟高达1850万元。“我很惊讶,我认为我个人需反思。”张艺谋说。“当我在网上看到国家审计署公布的那个资料说这个宣传片的事情存在违规招标的现象,我很惊讶。我不知道这件事情,而且我也无法控制无法掌握,我自己觉得自己要反思这件事情。我希望以后如果出现类似这样的宣传片的时候,我自己要认真对待,做更多的深入的了解,要对社会有一份责任,要调查了解清楚才接这个事情。”

(据《北京晨报》)

调查伦敦奥运会宣传片 才花了401万

华西都市报记者调查发现,1850万这些钱,已经足以拍一部相当不错的电影了。当年宁浩拍《疯狂的石头》,无非才花了300万,而一部制作费用高,耗时长原创动画片,《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》也就投资了700万。在举办2012奥运会之前,伦敦奥组委发布过一款会徽宣传片,这部国际性的宣传片耗资40万英镑,即401万元人民币。换算一下,这部让人“期待”的宣传片每秒价值近3万元人民币。且不说这5分钟的宣传片最终是否拍出了“好莱坞大片”式的效果,无论怎么算,哪怕导演是斯皮尔伯格也花不了这么多钱。况且已经有业界专业人士分析了这部宣传片的成本只要55.5万就足够了。

(摘自《华西都市报》)

相关链接

有一说一 张艺谋品牌增值还是稀释?

张艺谋被高价“消费”了。正如铁道部政治部宣传部的一位主管负责人所透露的,铁道部花费1850万元拍宣传片,就是冲着张艺谋来的,不然不会支付那么多钱。已过花甲之年,被称为中国“第五代导演”代表人物之一的张艺谋,是第一次被高价“消费”吗?如此“消费”,其品牌价值是增值还是在稀释?

广告宣传有基本的技术分析,以《中国铁路》宣传片为例,对于中国铁路几十年的发展成就要通过5分钟的宣传片实现宣传目的,并不容易。某知名广告品牌专家表示,无论是广告片还是宣传片,要投入至少相当于成本的10倍投放,才能达到预期效果。不过,无论适合不适合,打上“张艺谋”创意自然就会各方“脸上”加分。

事实上,这次宣传片正是“老友”

牵线张艺谋。毋庸置疑,张艺谋是一个巨大的品牌。他自己目前已有电影、印象系列、歌剧三块主业,其拓展到的广告片,不少是“老友”与张艺谋共同搭建的商业链条。这次为铁道部制作的《中国铁路》宣传片,北京新时刻影视文化发展有限公司法定代表人张震燕是张艺谋导演二十多年来的电影及广告制作伙伴。

除了政府宣传片之外,张艺谋忙里偷闲也接了不少企业广告,公开信息显示:1998年张艺谋拍摄“野力千红”;2001年7月,张艺谋出任TCL手机形象广告片导演;2003年,张艺谋接拍中国石化润滑油公司的“中国石化润滑油”广告片;2003年底,在《英雄》即将拉开神秘幕布时,张艺谋策划制作了丰田新款轿车“VIOS威驰”广告。

除了中国石化润滑油广告等几

个广告外,张艺谋参与的诸多广告片均出现在张震燕广告片的名单中。

张艺谋除了拍摄电影外,还跨界涉及实景演出与歌剧。王潮歌在2004年和张艺谋、樊跃共同结成外景实地“刘三姐印象”大型景观文艺演出而一炮走红。在以后的“印象系列”文艺演出中,王潮歌开始成为真正的总导演,而张艺谋由于事情太多成了挂名招牌。

目前,《印象》系列包括丽江、海南岛、西湖、武夷山等。

抛开围绕张艺谋“老友”们的“商业衍发项目”,真正属于张艺谋自己的似乎还是电影,这是他的主业。在投资者的眼里,张艺谋之所以能横跨电影、印象系列、歌剧、京剧和广告片,只不过他是知名导演,但如此扩张下的张艺谋品牌价值,究竟是增值还是在稀释?

(摘自《第一财经日报》)

近期,长三角一带涉房地产、制造业和大宗批发行业企业主“跑路”现象又开始频现,而这些企业资金链上都密集衔接着民间高利贷资金。市场人士开始担忧,去年下半年在浙江温州、江苏泗洪等地集中出现的高利贷崩盘,会不会在长三角再现?

资金客马老板对《第一财经日报》说:“如果来问我借钱的人避开高息,就说明这个企业没药救了;如果一批企业都这样,就说明这个行业或地区要崩盘。上一次温州高利贷崩盘前夜,避开高息现象很多。”自称在温州高利贷崩盘前凭着判断“避开高息”信号成功“逃顶”的马老板说,时隔近一年,这一现象已经重现。

借助高利贷变现

马老板所说的避开高息,是指借

长三角高利贷崩盘信号又现 制造业老总频跑路

方愿意承受,甚至主动提出超过其还款能力的高息,并且完全没有还款来源。“他们从借的那天起就没打算还款,借去的钱,就是将抵押物变现。”据他透露,近一个月来,在他业务所及的上海和湖州等地,有好几家企业找他贷款时表现异常大方:在提供担保物的情况下还可以接受最高10%的月息。值得注意的是,这几家比其他企业都“阔气”的企业,都是已经被银行严重收贷,在他看来已是岌岌可危。

而这种“越是没有还款能力,越敢往高里借”的客户,在“资深”资金客马老板这里并不陌生。

不少经历过债务危机的企业都能感受到,在企业资金链紧绷欲断之际,将手头资产盘活既至关重要,实际操作上又非常困难。如已经在商业银行进行抵押的不动产,其余值已无法在包括小贷在内的正规金融机构进行再抵押;如对非上市公司进行参股的股权,也很难抛出变现。而在整个房地产市场的下行通道中,对商铺、住宅、写字楼的交易变得有价无市,即使愿意打折抛售,也很难在短期内完成。

马老板称,在上一次温州高利贷

崩盘前夕,就有当地企业主通过高利贷将资产变现——故意形成“死贷”,顺理成章将资产变到他人名下换钱。而高利贷的利息(根据“行规”需提前支付),无非就是资产变现的折扣率。

马老板因此把客户贷款分为两类:有明确应急用途去向以及还款来源的和没有的,而高息虚开现象,一般出现在后者。

前者如应付银行续贷所需的“过桥款”,为了还上银行房贷以便再抵押一次的“赎楼款”,应付拍到土地后缴款仍有缺口的“补缺款”,或是有明确进货或交货方的“垫资款”。对于这类客户,马老板一般要求对接上客户的资金流向方,如“过桥款”贷款前直接和银行对接,甚至必须看到银行的续贷“批复”,或是“垫资款”直接打去贷款人交易对方的账户。

资产处置之难

马老板告诉本报,在高利贷的同行调侃中有一句名言:“不要租房租成房东,不要放贷放成股东。”民间借贷坏账后的资产处置困难重重。马老板举例称,对于“二押”给其公司的房产,在处置中,即使借款人配合过

户,也还面临着先行还清银行贷款以及因前期房产涨价交高额过户税费等,过户后才能再行抵押给银行进行融资;如果借款人跑路或赖账,他还必须向法院起诉,等待司法程序裁定,而这其中还必须绕过“高利贷不受法律保护”的“障碍”。

此外,对于那些股权质押的处置则更加困难。依据有关法律,“有限责任公司的股东之间可以相互转让其全部或者部分股权。股东向股东以外的人转让股权,应当经其他股东过半数同意。股东应就其股权转让事项书面通知其他股东征求同意”。转让股权后,还需修改公司章程等且须向工商行政管理机构变更登记,这其中还将涉及一大笔个人所得税。如果借款者不配合转让,所有私下的转让协议均属无效。而即使变更成功,高利贷公司就等于“被迫”投资了一家公司,损失了流动性。

风险控制加码

放高利贷的铁律是“钱生钱”,谁都不愿意被“套牢”进入资产处置。因高利贷公司往往也“滚”着大量民间投资资金或是银行贷款,缺乏流动性将造成高利贷自身的崩盘。

在“高息虚开”现象再现后,敏感的马老板已经在贷款风控中加码,他称,现在公司放出的每一笔款,都要求看清对方确切的偿还借款来源,并争取有“来源方”的签字落款或至少口头允诺。

在抵、质押物方面,马老板对于预计中难以处置和变现的模式一概不做。考虑到房产抵押后续处置中的交税等损失,马老板降低了抵押率。

此外,对于一旦坏账后,“超过同期基准利率4倍”的利息将不受法律保护支持,马老板称,高利贷的“行规”是在放款时先行扣息,“一旦有纠纷,我们不会承认在放高利贷,所有书面证据都对我们有利”。无论是高利贷运作中的新风险,还是浙江民间借贷纠纷案件创新高,都可能是经济下行周期中的“一叶知秋”,与宏观经济大环境的变化紧密相关。经济上行的大潮“水落”,民间借贷的问题就容易“石出”。

今年上半年,随着宏观经济环境的变化,民间借贷案再度大幅上升。全省法院共受理民间借贷纠纷案件58037件,涉案标的额283.9亿元,同比分别上升26.98%和129.61%。

(摘自《21世纪网》)



上市房企 利润十年来 首现负增长 营业收入微涨2%

受持续的宏观调控影响,上市房地产企业的营业收入及利润率等各项指标增速出现不同程度的下滑,甚至在2011年全年首次出现上市房企总体利润负增长。业内预测,今年房地产利润率下滑趋势已定。

从78%到58%,再到2.49%,这是上市房企营业收入从2009年至2011年三年的同比增长率的变化。受持续的宏观调控影响,上市房地产企业的营业收入及利润率等各项指标增速出现不同程度的下滑,甚至在2011年全年首次出现上市房企总体利润负增长。

日前,中国房地产研究会、中国房地产业协会与中国房地产测评中心联合发布《2012中国房地产上市公司测评研究报告》,对2012年中国房地产上市公司经营业绩、发展速度、风险控制、资本运营和创新能力等几项指标进行盘点。数据显示,包括沪深A股和境外上市的176家房地产公司,2011年主营业务收入均值55.91亿元,同比微涨2.49%,和上年相比大幅减少了56个百分点。值得一提的是,上市房企营业利润均值15.56亿元,同比下降3.90%。而据记者了解,即便在2008年金融危机前,中国房地产业整体营业收入也保持了30%左右的增长。2009年和2010年,沪深上市房企营业收入增速分别为78.20%和58.37%。营收负增长情况只有在个别企业中出现。全行业的营业收入个位数增长,以及总体利润的负增长,尚属近十年来的首次。

到今年一季度,这种下滑趋势仍在继续。数据显示,146家A股上市房企共计实现营业收入713.37亿元,同比2011年一季度的675.37亿元增长了5.6%;共计实现归属与母公司股东的净利润94.42亿元,同比2011年一季度的96.88亿元下降了2.54%。

“根据我们的判断,由于营业收入的确认来自1至2年前的实际销售情况,所以可以肯定,2012年房地产企业营业收入的增速还将继续下降,甚至可能出现负增长的局面。”北京中房研协技术服务有限公司总经理丁祖昱告诉记者。

在房地产整体形势下滑的局面中,综合发展规模、发展速度、风险控制等多项指标,多数龙头企业仍可保持稳健增长,其中万科、恒大、中国海外发展领先所有房企,成为2011年综合实力榜前三强。碧桂园和金地集团也由于及时调整步伐,排名由上年的第11和第14名上升至第7和第10名。而转型较慢的富力地产,则由上年的第6名下降至第9位。

“长期以来,众房企一直在‘周转速度型’和‘品质利润型’这两种模式间寻找着力点和平衡点。”在2011年信贷紧张、资金成本高企的特定环境下,高周转显然已成为众房企的追求目标。多数房地产业内人士认为,降价促销以加快销售回款,仍将成为未来房地产销售市场的主流。

(摘自《上海证券报》)