

互联网红利仍在释放 在线播映增量电影市场

■文/本报记者 赵丽

近日,一支春节档影片《小猪佩奇过大年》的宣传片《啥是佩奇》“刷屏”朋友圈,看似常规的投放,却因为独特的创意和走心的设计,获得了现象级的宣传效果。

互联网进入电影界已有数年时光,从最初的资本合作,到后来的营销、发行、票务、数据分析、点播放映等等,互联网与传统电影业的融合正在逐渐踏上正轨。

即将到来的春节档,互联网电影企业的存在感很强。阿里影业一共参与了4部影片,除了主控《小猪佩奇过大年》,还与万达、博纳一起成为了《飞驰人生》的主要出品方,其同时也是《新喜剧之王》的主要出品方以及《流浪地球》的联合出品方。去年参投《捉妖记2》和《熊出没5》的腾讯影业,今年则是《飞驰人生》和《流浪地球》的联合出品方。爱奇艺影业则是首次入局春节档的竞争,一出手便是成为《神探蒲松龄》三大出品方之一。

前不久,国务院办公厅印发的《完善促进消费体制机制实施方案(2018-2020年)》,对文化领域进一步放宽服务消费领域市场准入等方面做出重要部署,在电影方面,《实施方案》明确指出要制定实施深化电影院线制改革方案,鼓励“互联网+电影”业务创新,完善规范电影票网络销售及服务相关政策,促进点播影院业务规范发展。

在这样的大背景下,2018年,互联网对电影界红利仍在释放。

◎ 2018年线上化率近85%,短视频成营销新渠道

根据数据显示,2018年,中国电影线上化率达到了84.5%,较2017年的81.7%上升了2.8%,仍然保持着上升的趋势。但相较2017年5.6%的增幅,中国电影线上化率增速有所放缓。

其中,2018年一线城市线上化率已达到86.6%,较2017年上升了2.5%;二线城市达到85.9%,较2017年上升2.2%;三线城市达到84%,较上年增长2.4%。随着互联网推广、营销的逐渐下沉,2018年四线城市的线

上化率达到了81%,首次突破80%,较上年提升了3.2%。

线上化率的提升,得益于中国电影观众观影前获取信息的渠道,愈发向线上渠道倾斜。例如近日在网络上大火的《啥是佩奇》,便是阿里影业通过淘票票平台投放的一部宣传片,获得了现象级的传播效果。

据某平台数据显示,2018年,观众观影前获取信息Top3为电影票务平台、社交媒体和视频网站,且选择比例

均有提升。例如,有60.8%的观众通过猫眼、淘票票等电影票务平台获取影片信息,较2017年的46.5%增长了15个百分点。通过微信、微博等社交媒体以及爱奇艺、腾讯视频等视频网站获取影片信息的比例分别为42.8%及28.5%,两项数字较2017年也有提升。相比之下,通过电影专题网站和新闻资讯网站、APP获取影片信息的比例则有所下降。

值得一提的是,随着短视频平台

的崛起,2018年已有11.7%的观众通过抖音、秒拍、快手等渠道知晓影片的相关信息。例如暑期档的《狄仁杰之四大天王》,发起“唐朝男友情话reaction”挑战,播放量达到近4700万;《邪不压正》也在抖音上上传了一条彭于晏模仿《阳光灿烂的日子》中夏雨在下雨天表白的内容,同样收获了不错的效果。猫眼数据显示,2018年票房1亿以上的影片,抖音官微覆盖率达到了35%。

◎ 票补受限,影片口碑成票房首要驱动力

2018年,关于在线票务平台有两件“大事”。

首先是票补受限。过去两年,为了扩张市场,在线票务平台采取了对电影票价进行补贴的措施,甚至出现了9.9元一张的电影票。

去年春节档前夕,各大制片方联合提出,从2月15日除夕到3月2日元宵,全国影片票价普通观众实际支付部分不得低于19.9元,单部影片的票补数量不得超过50万张。这对于观众来说,意味着8.8元、9.9元看大片已成为过去

式。此举目的是为了避开资本层面的恶性竞争,让电影市场回归到“内容为王”、“品质为王”的良性发展轨道上。

事实证明,2018年春节档上映影片的票房走势,的确符合“内容为王”、“品质为王”的趋势,《红海行动》从大年初一的单日票房第四位,最终凭借口碑成功“逆袭”,最终以36.5亿的票房夺得春节档影片冠军。在多个公共场合,电影人也表达了对限制票补的赞同。

去年国庆档前夕,曾有“票补全面取消”的传闻出现,但并非官方发布,

随后市场上也陆续有19.9元的低价票出现。今年春节档,为了抢占排片,9部影片早早启动了预售,并且依然有19.9元的票房入市。

2018年还有一件事,就是《后来的我们》集中退票事件。4月28日,《后来的我们》上映。这部刘若英导演的青春题材电影以2.85亿元票房成为当天最大赢家。随后几天,《后来的我们》继续高开,但与此同时,一场大规模退票风波也同时发生,引发了人们对这部影片票房的质疑。

随后,国家电影局初步认定该影片退票情况确有异常,猫眼、淘票票也随之暂停了退票业务。

去年9月,为贯彻落实《中华人民共和国电影产业促进法》,中国电影发行放映协会下发《关于电影票“退改签”规定的通知》,几家票务平台也对退改签等相关产品,功能进行了优化。

应该说,不论是票补受限,还是明确退改签相关细则,都是电影在线票务进一步规范的表现,也是保障观众合法权益具体措施。

◎ 在线电影播映逐渐铺开

当下,影院播放还是电影的主要渠道和出口,但在影院建设逐渐饱和,制片成本显著提升、观众娱乐选择日益增多的现状下,关于中国电影放映市场“天花板”的问题开始被频繁提及。寻求增量市场,拓展电影盈利模式,增加盈利渠道成为了越来越多从业者的共识。

目前,相继有欢喜首映(2017年6月内测上线)、移动电影院(2018年5月正式发布)等在线电影播映平台出现。

移动电影院是中国电影放映领域的创新尝试,是“互联网+电影”模式的创新产品,有别于电影新媒体播放模式,系通过手机、平板电脑等移动终端或其可控制的其他设备作为放映设备,向观众公映已取得《电影公映许可

证》且处于公映期内的电影,采用符合国际电影安全保护标准且创新构建的放映技术,以及单次收费单次放映的商业模式,票房收入将计入中国电影票房统计系统。

2018年5月9日,移动电影院APP正式对外发布;9月7日,1.1版本发布,其2K观影、解说服务、移动巨幕(VR)观影等功能带给观众更为出色的观影体验;10月,移动电影院与中国少数民族文化艺术促进会影视委员会签署战略合作协议,助力民族电影的传播推广,并将作为2019至2020年北京国际电影节民族电影展板块的战略合作伙伴,进行影片征集和线上展映,移动电影院为各民族文化的交流、交往、交融搭建新平台,助力扩大民族电

影的传播力和影响力;移动电影院在12月3日国际残疾人日独家上线“无障碍解说版”电影,利用移动端观影的技术优势,帮助视障和听障人群享受电影的乐趣,为无障碍电影的市场化尝试和规模化放映提供了宝贵经验。

移动电影院搭载移动端平台,瞄准增量市场,用“分区发行”、“分众发行”的方式,消除实体影院盲区,实现观影人群全覆盖,并积极推进区域渗透,释放市场增量,满足“三不人群”的观影需求——因为时间不对、地点不对、内容不对而没有走进影院的人群,产生内容和观影人群的“泄洪效应”,将传统的“一对多的大广播模式”变为“一对一”的电影放映模式,帮助用户实现随时随地、随心所欲的观影体验,同时,移动电

影院作为电影和观众之间的“接口”,为优质内容提供渠道空间,让一大批优秀的电影内容得到充分展示。目前,移动电影院已经在线播映近70部优秀电影,其中《李保国》、《黄金缘》等一大批优质电影作品获观众好评。

针对进入海外主流院线的中国影片“数量少、票房低”等现象,移动电影院为中国优质电影内容制定了“出海”计划。全球化启动的第一步,移动电影院牵手全球领先的ICT基础设施和智能终端提供商华为,将中国电影带入欧洲市场,成功落地意大利和西班牙。另外,移动电影院将对出海电影进行中文、英语、当地语言三种版本的译配,使出海电影不仅触达海外华人,更传播至海外当地人。

2018中国电影技术盘点: 中国技术用实力消除偏见 银幕革命可能到来

■文/本报记者 杜思梦

2018,中国技术正在用实力消除市场偏见。

中国电影市场的崛起带动了中国电影技术的发展,而中国技术再2018年持续获得全球认可和突破,正在打破国际市场看待中国技术的有色眼镜。

这一年,国际技术类奖项首次有了中国电影技术企业的身影,中国巨幕获得的这项荣誉也是数字化以来,中国电影首次捧起世界级技术奖项。同年,中国激光企业中影光峰推出首款具有DCI认证的激光放映机C5,由此全球符合DCI认证的放映制造商上升至5家。还在这一年,中国电影音频技术实现从0到1的突破,HoloSound的问世打破由外国企业垄断的“沉浸式”市场格局,向世界传递出“中国声音”。

在世界电影技术展会上,越来越多的中国元素、中国技术、中国厂商开始进入展会的合作视野。以中国为关键词的主题活动不断增加,国际电影技术领域对这中国电影投来关注目光的同时,也向中国电影技术逐渐摆出了尊重态度。

除了中国技术的长足进步,2018年,世界电影领域也在出现的新的变化。高端观影体验受到观众认可,此外LED正式进入影院投入商用,银幕革命可能将在不久的将来到来。

中国巨幕首获世界技术奖

7年前,中国巨幕诞生,彼时巨幕实被国外品牌牢牢控制,中国巨幕打破这一格局的同时,却受到了来自市场的偏见。

在中国巨幕诞生的7年里,它经历了5次升级,两次革命性创新,第五代中国巨幕系统完成了对HDR(高动态范围)、HDR(高帧率)、以及VHC(高对比度)的整合。

如今的中国巨幕已成为具有国际水准的影院技术产品,2018年,中国巨幕获得CineAisa大会颁发的第一个奖项——“The PLF Technology Award”,中国巨幕首次获得国际奖项认可,也是进入数字时代以后,中国影院技术获得的首个奖项。这不仅标志着国外市场对中国巨幕的认可,同样也标志着中国电影技术开始在国际舞台赢得尊重。

首款国产DCI认证激光放映机问世

作为国际激光电影放映领域的技术领军者,中影光峰在2018年再攀高峰,中国首款DCI认证的激光数字电影放映机C5在这一年正式问世。

C5搭载ALPD4.0技术、支持Rec.2020色域,可搭载第三代服务器架构。最难得的是,它获得了DCI认证,而全世界符合DCI认证的放映制造商,仅有5家。据悉,C5预计将于2019年第二季度量产。

2014年成立至今,中影光峰的激光技术始终处于国际先进水平。从传统的“单色+荧光”,过度到“双色+荧光”,再到2018年实现“三色+荧光”的完美结合,中影光峰的ALPD®的已经技术升级到了4.0版本。而该光源全球市场的安装量已经突破了17000。

HoloSound向世界传递“中国声音”

日渐成熟的中国观众开始了对电影声

音的品质追求,但音频技术常年被国外品牌垄断。中国的音频技术公司这些年一直在默默发力,2018年,中国拥有具有中国自主知识产权的HoloSound的出现打破了“沉浸式”市场格局。

据了解,支持DCI SMPTE标准的HoloSound最大可支持256个扬声器,布局中不仅可提供顶环与侧环,还可配备底环绕扬声器

与国外品牌类似,HoloSound也采用点声源作为声音驱动,每个音箱都可以单独驱动来实现想要的效果;更为重要的是,HoloSound不仅支持声道与对象技术,还可支持声场技术,实现了“声道+对象+声场”三位一体的沉浸式音频技术。

问世短短半年的时间,HoloSound技术已经被全国超过100家影院采用,欧洲、印度的影院也向HoloSound伸出了橄榄枝。HoloSound向世界传递着来自中国的“新声音”。

影院开启硬件设备竞赛

从杜比影院、THX等品牌影院在中国影院中的蔓延,观众对观影体验提出了更高的要求,影院行业出现了一股高档化潮流趋势。各地新建影院刮起了硬件比拼之风,不少新建影院把建造巨幕、建造全景声、建造品牌影院当成了影院竞争的“杀手锏”。

影院在硬件设备上面的竞赛,让观众成了最大受益者,4K影厅、激光巨幕、全景声、超豪华座椅……新建影院的豪华配置让观众观影体验不断提高。而硬件配置的竞赛预计在未来很长一段时间内仍会继续下去。

由于“票补受限”,告别了低价票的中国影院票房在2018年普遍受到了不小的冲击,加之新建影院的增多,中国影院间的竞争将更加激烈,而影院硬件配置是影院几乎成了所有影院吸引观众的第一步棋。

值得注意的是,3D影片数量、票房连年下滑,中国国产大片几乎已经抛弃了3D格式,不久的将来,当这一反映投射到影院端后,3D设备制造商业绩下跌只是时间的问题。

LED屏正式走进影院

2018年2月,上海五角场万达影城启用国内第一块LED电影屏,这种新型银幕正式投入中国影院商业运营。延续了一百多年的“放映机+银幕”既有显示形式很有可能在不远的将来被“LED”革命了命。

这种假设可能并不是“天方夜谭”,这种LED点阵式显示影院屏幕于2016年发布,屏幕宽度达10.3米,可显示4K清晰度的影像,亮度可以达到146FL,同时支持HDR技术,几乎颠覆了影院既有的显示模式。它所带来的高亮、高清、高对比度、高动态的影像显示可以秒杀现有反射式投影显示系统,另外,还音系统主声道的声像一致及平滑移动等有了较好的解决方案。

当然,LED点阵式显示影院屏幕还有许多的问题亟待解决,但随着时间的推移,性价比的提升,这场革命就在不远的未来等着我们。

2018年NEC推出三款产品,影院从业者赞不绝口

本报讯 2018年NEC电影放映机总销售量达2800余台,占全国新增银幕30%,稳居行业前茅。尤其在2018年推出了极具针对性的放映解决方案和售后服务产品,解决了客户放映难题,提升了售后服务质量,因此受到了客户的肯定与支持。

一是率先投入无机房放映方案的研发之中,耗时五年,不断优化升级,于2018年6月推出目前最完善的无机房放映解决方案——恒温恒湿无机房密封箱体,解决了无机房放映现有弊端。箱体首次亮相CinemaS2018,便引发轰动,激起了用户的强烈兴趣,整个2018年下半年,无机房箱体俨然成为业内热点话题。无机房箱体凭借维护安装简易,节省运营成本等强大优势,目前已被全国数十家影城采用,打造了超过30个无机房样板影院,北京奥兰影城更是一次性采购19台无机房箱体。

二是联手全球顶级银幕品牌RealD终板银幕、顶级音效处理系统社比全景声,推出了高品质旗舰影院解决方案,实现画质、音效的双突破,达到了前所未有的放映质量。三亚乐天城盛唐时代国

际影城采用这套高品质方案后,放映质量,观影体验倍提升,前来观影的影迷也曾评价到,沉浸音效好,激光亮,巨幕过瘾。一时间影城成为当地观众观影的最佳选择。奥斯卡上海国际影城作为开业数年的老影城,一直苦苦思索如何提升影院竞争力,留住年轻观众。在更换这套方案后,成功地吸引了大量观众前来观影,清晰的画面、震撼的3D效果,成为当地小情侣、资深影迷观影的首选之地。

三是在行业内率先推出“NEC电影机服务共享APP”,独一无二的轨迹追踪功能,实时追踪定位工程师服务轨迹,公开共享服务信息,增强客户互动,实现全方位、开放式的服务过程监管,创造最优的客户服务和客户体验。客户通过APP能够实时报修、查询服务单状态、定位工程师位置,查询设备清单,评价服务质量,钻石用户还可定期接受APP推送的服务报告。由于APP实现了定制化、快速化、实时性、便捷性的服务体验,受到了用户大力度认可。目前注册量已达300余家影城,为客户带来了极致化的服务体验。(支乡)

数字影院整体方案提供商,为您的影院建设保驾护航!

400-819-2199



主营业务

- 影院设备销售
- 激光改造
- CGS巨幕改造
- 氙灯耗材
- 影院设备维保
- 影院设备集成安装



区域联系人:

华南: 俞波 13681557011

华东: 乔建民 18001131606

西南: 甘贝贝 18614058668

西北: 杨勇 18910486756

华中: 田利 18611380686

东北: 乔鸿智 18001131607

广告