

(上接第6版)

发展特点

◎ 发展方式 从粗放到集约

综观中国电影院线的发展,经历了从改革初期的翻牌改制、到发展中期跑马圈地式的粗放扩张,最终在保证一定市场规模基础上,实现了相对集约化的发展。从市场规模看,2002年院线制成立之初全国只有1843家影院,2019年全国共有12408家影院,银幕数达到69787块,全年观影人次17.27亿,电影市场稳中有进,进一步夯实了世界第二大电影市场的地位。

院线制以来的集约化发展同样体现在数字时代的影院信息化建设和一系列技术标准的确立。作为世界上最早实现全数字化放映的国家,目前市场上已经完成了计算机票务系统(POS)、影院管理系统(TMS)、数字影片卫星传输系统、网络运营中心(NOC)的推广和使用。对数字多厅影院而言,通过网络运营中心、影院管理系统和密钥传输(KDM)、日志(LOG)等工具,已经可以实现对影院运行状况的远程实时监测和故障诊断与修复。

规模化发展和标准化运营之外,集约化发展同样体现在院线品牌和核心竞争力的打造上,比如跨区域扩张的能力、超强的连锁经营能力、创新和可持续发展能力等。

◎ 发展轨迹 从中间向两端延伸

院线制确立了院线和影院作为市场主体的地位,院线、影院在发展过程中也积极通过纵向延伸和横向整合,不断巩固和放大自身的优势。纵向延伸指院线借助终端和发行的优势,积极向产业上游的制片延伸,实现全产业链发展,增强自身的抗风险、抗周期能力,比如万达院线、横店影视、大地院线、新影联院线、恒大院线等。

横向联合指院线通过发行联盟的方式,充分发挥各自在区域市场的优势,实现强强联合。近年来,市场上比较有影响力的发行联盟包括五洲联盟、四海联盟。2014年,“万达院线”、“金逸”、“大地”、“横店”联合组成五洲电影发行公司。2015年,上影股份、浙江时代电影大世界有限公司、江苏幸福蓝海、四川省电影公司、河南奥斯卡在上海成立四海电影发行联盟。院线联盟旨在将资本和资源结合起来,在前期锁定优质片源,利用平台优势开展跨区域合作,探索建立移动多媒体云发行网络系统。这种联盟也可以视为院线与时俱进,强化发行能力的一种努力。

◎ 发展格局 “引进来+走出去”

院线制之前的中国电影市场,制约发展最大的掣肘之一是市场开放度不够,封闭的行业内循环无法实现自由竞争。院线制打破了条块分割的发行格局,市场呈现“引进来+走出去”并行发展的格局。一方面,民资、港资、外资等不同背景的资金进入电影市场;另一方面,以中国电影、上海电影、万达电影、金逸影视、横店影视为代表的有院线基因的电影企业,在实现高速发展的同时,也积极尝试突破封闭的行业内循环,向资本市场和海外市场扩张。

一系列“引进来+走出去”举措对电影产业产生了积极的影响。包括房地产、互联网在内的行业外企业进入,在带来充裕的资金同时,也带来了新鲜的跨行业发展经验;通过登陆资本市场,院线的管理水平和市场集中度、信息透明度进一步提高;通过积极的海外扩张,中国电影院线开始跻身有国际影响力的电影院线运营商。

◎ 市场下沉 和市场细分

从2019年票房3000万以上城市三项指标统计可见,二、三线城市的放映场次、观影人次占比已经超过一线城市,二、三、四线城市三项指标也已经超过一线和新一线城市,电影市场的下沉趋势明显。

院线制发展过程中,曾经出现过中影校园电影院线、21世纪校园院线等市场细分的探索,但并未形成规模。近年来,随着互联网技术的发展,和观众的多元化观影需求日益增加,以点播院线、点播影院、众筹影院为代表的电影产业新业态和以艺术院线为代表的特色院线逐步发展,缓解了“千院一片”的市场同质化问题。2019年全国艺术电影放映联盟推出了15部中外影片,包括《罗马》、《撞死了一只羊》、《柔情史》、《零零后》等11部全国艺联专线放映影片。其中,《零零后》以“精准招募+长线放映”的形式实现票房511万。

2017年,国家新闻出版广电总局发布《关于规范点播影院、点播院线经营管理工作的通知》(新广电发[2017]81号),明确了点播院线、点播影院的市场准入和市场规范。

◎ 梯次成长结构 为可持续发展赋能

中国电影院线制18年发展的另一个成果是形成了“影院品牌—影院投资公司—电影院线”的梯次成长模式,为终端建设的长期可持续发展奠定了结构基础。据不完全统计,截至2019年全国共有影院投资公司120个左右,电影院线50条,一定数量的影院和影院投资公司品牌是产业长期可持续发展不可或缺的基础。



2019年票房3000万以上城市三项指标统计

城市分类	放映场次(万场)	占比	人次(万人)	占比	票房(万元)	占比
一线	1454.93	12.52	27745	16.06	1139960	19.18
新一线	2718.4	23.39	45468	26.31	1532497	25.79
二线	2367.58	20.37	37240	21.55	1258450	21.18
三线	2208.03	19.00	30723	17.78	991947	16.69
四线	1739.22	14.97	19743	11.42	636624	10.71
五线	718.69	6.18	8223	4.76	262822	4.42
其它	53.07	0.46	629	0.36	20395	0.34
3000万以上城市小计	11259.92	96.89	169771	98.24	5842695	98.33
全年	11620.97	100.00	172808	100.00	5941953	100.00

(数据来源:2019中国电影市场报告)

改革成效

中国电影院线制改革的过程,是中国从计划经济向市场经济转型在电影领域的一次具体实践。院线制实施的第18年间,历经政策驱动、资本驱动、技术驱动,中国电影产业走出低谷进入黄金发展期,取得了如下成效:

◎ 减少发行层次 促进公平竞争

作为一次自上而下的改革,院线制改革建立在三轮试点经验基础上,通过院线制改革,迅速打破了以往按行政区域供片的发行模式,减少了发行层次,电影发行放映体制实现了从条块分割转向

网络连通,从粗放分散转向规模集约,从多层次、高成本向少层次、低成本的过渡。院线制的成功实践,既提高了市场微观运行的竞争力,又保证了宏观管理的控制力。

◎ 放开准入管制 理顺生产关系

准入管制(Entrance Regulation),是指为了维持产业的规模经济性和成本弱增性,由管理者实施的对新企业进入产业的限制。具体到中国电影,院线制改革之前,电影拍摄、电影发行、电影院经营都属于公有制经济范畴,只有国有企业才有资格经营相关业务。院线制改革前后,《关于改革电

影发行放映机制的实施细则(试行)》、《电影制片、发行、放映经营资格准入暂行规定》、《外商投资电影院暂行规定》等一系列文件出台,准入管制逐步放开,院线、影院确立了市场主体地位,多元资本进入,制片、发行、放映利益重新分配并趋于合理,生产关系得以理顺,进而推动产业高速发展。

◎ 规范电影市场 助力电影强国

进一步规范和净化了电影市场,为中国从电影大国向电影强国迈进奠定了产业基础。院线的组建,对清理债权债务起到了积极的作用。由于进入院线的影院基本实现了电脑售票,为票房的如实统计、数据按时上报、片款的及时结算提供

了保障。院线制的实施,在带动影院基础设施建设改善的同时,也有力拉动了就业。2002-2019年,中国电影票房17年实现70倍扩容,电影作品和电影企业的国际影响力不断提升,为中国从电影大国向电影强国迈进奠定了基础。

