

# 积极拥抱互联网共同维护好电影发行放映秩序

坚守契约精神 树立诚信意识

■ 文林思玮

新冠疫情席卷全球,“居家隔离”成为了全世界人民生活的常态,应对疫情所启动的隔离措施催生了“云娱乐”、“宅经济”等一系列以互联网为主要载体的远程娱乐方式。在全球范围内,流媒体都是因此获益较大的行业之一。

与此同时,全球影院“停业抗疫”,电影主要放映渠道缺失,之前多部定档院线的影片选择在流媒体平台播放,因此引发了院线、影院和发行方的抗议和抵制。

在疫情肆虐的特殊情况下,现金流对于企业运营的重要性凸显,片方处于回笼资金等考虑将影片提前变现,行业其实无需过度反应。毕竟在目前的行业规则和市场条件下,流媒体平台不论是在观影体验还是商业回报上都无法和院线放映相提并论。

通过这次争议,让整个行业认识到了科学技术进步以及渠道便捷化和多样化所带来的冲击,电影人需要在内容为王的基础上,积极拥抱传播技术与载体的革新和竞争在服务和体验方面进行升级,为观众提供更加优质的观影体验。

## ◎ 资本底气、发展诉求、变现潜力 促使电影“院转网”成为全球流媒体平台的商业尝试

美国东部时间4月21日,占据如今流媒体行业“头把交椅”的Netflix发布了截至3月31日的2020财年第一季度财报。财报显示:Netflix第一季度营收为57.68亿美元,较上年同期的45.21亿美元增长27.6%;全球流媒体付费用户为1.8286亿人,较上年同期的1.4886亿人增长22.8%;创净增长1577万人,高于上年同期的净增960万人,新增订阅数创历史新高,其中亚太地区整体流媒体付费订户为1984万人,净增360万人,是九个季度以来的最高增长;净利润为7.09亿美元,较上年同期增长106.1%。

值得一提的是,在财报发布当天,Netflix的股价开盘时为444.77美元,在短期内市值第二次超越迪士尼。

在Netflix发布财报的12天前,迪士尼宣布旗下流媒体服务Disney+的订阅用户数超过5000万,从2650万到超过5000万,仅仅用时两个月。据迪士

尼介绍,订阅数的增长主要得益于3月24日起该网络视频服务在英国、爱尔兰、德国、西班牙、意大利、瑞士、奥地利和印度等新市场的开拓和推出。

在目前的国外流媒体平台竞争中,除了前文提到的Netflix和Disney+,以及Amazon Prime Video、Hulu、Apple TV+等已经有一定用户基础的流媒体平台外,5月27日,华纳媒体(Warner Media)在美国正式推出旗下全新流媒体平台HBO Max,其中囊括了整个HBO、华纳兄弟和新线旗下的电影资源;而NBC旗下的Peacock电视电影流媒体服务,也将于7月15日起开放,加入竞争。

在国内,一季度,包括爱奇艺、优酷、腾讯视频、哔哩哔哩(以下简称“B站”)、芒果TV在内的线上视频平台的日活人数、在线时长、会员服务收入在疫情影响下也都出现了大规模增长。

5月13日,腾讯发布2020年第一季

度业绩报告,报告显示:腾讯视频及音乐服务会员数大幅上升,推动收费增值服务账户数同比增长19%至1.97亿。其中,视频服务会员数同比增长26%至1.12亿。

5月19日,爱奇艺发布2020年第一季度财报,其中显示:季度内总营收为76亿元,同比增长9%;会员业务营收46.34亿元,占总营收比61%、同比增长35%。订阅会员数一季度净增1200万,达到1.19亿,ARPU值(单位时间段内运营商从每个用户所得到的收入)约为38.66元,创下单季度历史最高水平,这也是会员服务收入连续7个季度超过广告收入,成为爱奇艺第一大收入来源。

也是在5月19日,B站公布了截至2020年3月31日的第一季度未经审计财务报告。财报显示,在2020年一季度,B站日均活跃用户同比增长70%达到1.72亿,移动端日均活跃用户同比

增长77%达到1.56亿,日均活跃用户同比增长69%达到5100万;月均付费用户数增至1340万,同比快速提升134%;而毛利率也从去年同期的14%攀升至23%,实现了连续四个季度的增长。

5月22日,阿里巴巴集团公布2020财年第四季度(也就是2020日历年第一季度)财报。阿里文娱集团所属的数字媒体与娱乐业务,在报告期内实现收入59.44亿元,同比增长5%,其中优酷日均付费用户同比增长60%,2020财年同比增长50%。

整体营收、付费用户数、用户付费意愿等数据的显著增长加上热钱带来的资本底气,布局电影产业、走向内容精品化总体思路所形成的发展诉求,以及疫情期间观众对于影视内容尤其是优质电影内容的需求所带来的变现潜力,共同促使院线电影网络播映开始成为流媒体平台努力追求的商业尝试。



## ◎ 片方颠覆规则,引发院线抵制 利益诉求不同引发传统和新生事物之争

疫情尤其是国外疫情的不确定性,导致流媒体平台几乎成为了全球各大制片企业短期内唯一的销售渠道,在线点播平台急需新鲜的优质内容来吸引更多用户,制片公司在前景不明的情况下想尽快找到买主“落袋为安”。因此,制片企业和流媒体平台在目标上达成了短期一致,多部院线电影走向线上,成为了电影行业关注的热点。

在北美,好莱坞五大电影公司(迪士尼、派拉蒙、环球、索尼哥伦比亚、华纳兄弟)全部选择颠覆“窗口期”规则,

将刚在院线下映甚至是正在上映的电影,以最快速度投放到流媒体平台。

3月16日,环球影业宣布,将其发行的正在影院上映的三部新片《爱玛》、《隐形人》、《狩猎》在3月20日向全球观众开放线上点播租赁;3月20日,迪士尼宣布皮克斯出品的动画电影《1/2的魔法》开放数字点播,并于4月3日登陆迪士尼流媒体平台Disney+;索尼哥伦比亚宣布影片《喋血战士》于3月24日开启流媒体点播服务,而该片刚在3月13日于院线公映;华纳兄弟宣布将《猛禽小队:小丑

女大解放》、《正义的慈悲》、《回归之路》三部早些时候在院线上映的影片于3月24日上线流媒体平台;派拉蒙影业的《刺猬索尼克》于2月14日在北美院线首映,3月31日就已经登陆流媒体平台。

此外,今年法国凯撒电影奖10项提名的《美好年代》、盖·里奇新作《绅士们》以及《冰雪奇缘2》、《星球大战:天行者崛起》等影片都在原先影院播映的“窗口期”内选择在流媒体上线。

也有少数影片直接以新片形式登陆流媒体平台。4月10日,环球宣布

环球旗下梦工场制作的动画电影《魔法精灵2:世界之旅》将按原档期(4月10日)在北美上映,并在同天上线视频点播(但由于4月10日北美绝大多数影院关门,所以该片实际上并未在院线上映),该片上线之后,迅速创下数字电影首映日和首映周末的最高票房纪录,也创造了环球影业史上最高首周末数字下载纪录,是第二名的10倍。5月初,环球表示《魔法精灵2:世界之旅》在上线点播后的三周内,销售额达近1亿美元,已经使该片盈利。(下转第10版)