

流媒体战伤亡：砧板上的有线电视频道

■ 编译如今



随着NBC环球公司关闭了其体育频道，其他好莱坞大公司也生出了能够淘汰其庞大的有线电视产品的想法，因为他们优先考虑向直接面对消费者的平台投放数十亿美元。

1月22日，NBC体育集团的董事长皮特·比瓦卡(Pete Bevacqua)在一份内部备忘录中告诉员工，NBC体育频道是1995年开播的有线电视频道，将在2021年年底关闭。该频道关闭之后，其大部分体育节目包括北美职业冰球联赛(NHL)斯坦利杯季后赛、美国纳斯卡赛车(Nascar)和英超联赛等将转移到集团旗下的流媒体平台Peacock和公司最大的有线频道USA Network上。

虽然NBCU可能是第一家做出艰难抉择的公司，要在2021年关闭其广泛分布的频道之一，但它并不是最后一家。在未来的几个月和几年中，每个主流的娱乐公司都将面临困境。媒体顾问布拉德·阿德盖特(Brad Adgate)说：“我认为我们会在未来几年看到各个公司的整合。”

推动这一即将到来的整合的因素有两个：控制传统付费电视业务的下滑，同时投资于直接面向消费者的流媒体产品。“他们都试图找到一种平衡，将在传统广告收入和收视率中占据最大份额，并试图在新兴的流媒体市场中获得收益。”Parks Associates公司研究部的总监史蒂夫·纳森(Steve Nason)说。

诸如NBC环球和华纳传媒之类的企业集团已经对他们的高管人员进行了重组，以应对这一新的现实，有线电视部门总裁的角色从组织结构图中基本消失了，而由负责开发流媒体和电视节目内容产品的集中部门所取代。

“我们不是通过网络，而是通过类型来思考的。如果一些内容产品非常好，我们将能为这些产品找到合适的播放渠道。”NBCU公司的娱乐内容董事长苏珊·罗夫纳(Susan Rovner)在3月22日举行的公司One21技术和数据会议上对与会者说。

体育节目，是传统收费电视捆绑业务的核心，现在已成为NBC的Peacock平台、维亚康姆CBS公司的“派拉蒙+”和亚马逊Prime Video等流

媒体平台的主要卖点。“剧本内容重定向不仅使SVOD和AVOD替代品变得越来越好，而且还削弱了付费电视的生态系统。”MoffettNathanson公司的合伙人迈克尔·内桑森(Michael Nathanson)写道，“那么，如果体育节目也将更多的A类赛事转移到SVOD和AVOD服务上，将会造成付费电视业务多大的损失？”

因此，可能许多规模较小的有线体育频道能够留下来。考虑一下4月15日宣布的CBS体育与足球联合会Concacaf的版权交易：该交易将“派拉蒙+”称为“全年足球比赛的转播场”，同时指出“精选”赛事也将在CBS的有线电视频道(如CBS体育频道)上播出。

还有美国职业摔跤比赛(WWE)，后者达成协议将所有美国职业摔跤比赛的有线电视内容带到Peacock流媒体平台，包括WrestleMania之类的热门赛事。

这些交易“可以使每种类型的服务在竞争激烈的市场中脱颖而出”。Kagan公司的分析师亚当·加乔(Adam Gajo)在4月16日的报告中写道，“订阅用户不太可能仅订阅体育节目，但是观看某些赛事转播可能是吸引新订户并减少现有订户流失的一个因素。”

而且，不仅仅是流媒体平台有望从这些变化中受益：这些公司拥有的许多大型有线电视频道也将获得收益，而这往往是以牺牲其较小规模的同公司频道为代价的。

比瓦卡在给员工的备忘录中写道，NBC体育频道的内容转移“将使USA Network成为在媒体市场上异常强大的平台。”这是结合了其广泛的覆盖范围、规模和频道地位做出的判断。

换句话说，NBC环球公司将利用NBC体育频道的灭亡来扩大其最大的有线频道USA的内容产品范围，以确保其保持广泛的分布并即使在整个生态系统下降的情况下也可以继续收取高额收益。

“长期以来，我们一直在争辩，专有的体育赛事转播权(NCAA, NBA和MLB)一直是特纳的TBS频道和TNT频道这些综合娱乐频道取得成功的原因，或者至少是他们可以按月收取

会员费的理由。”内桑森在其有关体育电视频道的特别报道中写道，“随着越来越多的观看行为从有线电视网络转移，特别是对于重新运行/整合节目，由于出现了无限制的按需付费和按需点播，体育节目可能将成为综合娱乐类有线电视频道推动更高会员费费率的唯一途径。”

实际上，在3月12日举行的AT&T投资者日，华纳媒体集团的首席执行官杰森·基拉(Jason Kilar)捍卫了特纳传统的有线频道，称之为“该死的好生意”，并“极大地帮助了投资组合”，因为它们产生的现金可用于投资HBO Max流媒体平台和其他未来的直接面向消费者的产品。但他补充说，“我们有责任确保我们投入到这些业务的投资是明智的”，并强调了公司的体育和新闻服务的重要性。

尽管像NBC体育频道这样的小型体育频道现在可能会感到紧张，但并不缺乏中型或小型有线频道在这场淘汰赛中变得成熟。探索频道(Discovery Inc.)在美国经营20个有线电视频道，但是许多消费者可能很难说出几个频道的名字，而且该公司越来越多地将其新的内容、投资重点放在其“Discovery+”流媒体平台上。

华纳传媒集团拥有TBS和CNN这样的主要频道，但是Boomerang或truTV等较小的频道呢？恰巧在2月份，华纳传媒集团与truTV唯一的热门节目《好友互整》(Impractical Jokers)的明星们达成了一项新协议。这笔交易将使他们创造出的一系列脚本化和非脚本化的演出，包括在TBS、TNT和HBO Max平台上播出。

“每个大型媒体公司都有比美国顶级电视频道和TNT更加脆弱的有线电视频道。”阿德盖特说：“我认为您会看到其中一些较小的有线电视电视频道逐渐消失。”

问题是，母公司何时将做出艰难的选择，以及这些渠道上的内容将重新放置到何处：母公司是正在寻求流媒体服务的增长，还是他们试图保持大型有线频道的收益？“我不羡慕他们所处的位置。”纳森说：“这些趋势表明这些频道的处境很艰难，而且只会加速关闭或者重组。”



IMAX第一季度收入因亚洲票房复苏而上升

巨幕放映商IMAX公布了第一季度能够获得较高的票房收入的原因，是由于亚洲票房的恢复推动了该收入的增长。

该公司由首席执行官理查德·盖尔芬德(Richard Gelfond)领导，将其股东应占亏损减少至1480万美元，而去年IMAX公司在新型冠状病毒大流行期间因电影院关闭而遭受重创，亏损额为4940万美元。

尽管新冠肺炎疫情使北美电影院遭受重创，包括电影院关闭和单场入场人数的限制，但随着亚洲电影市场的重新开放，IMAX的票房表现强劲，主要在中国、韩国和日本。IMAX公布的每股调整后亏损为25美分，而2020年为每股亏损48美分。分析师此前预计的第一季度每股亏损为26美分。

今年第一季度的收入为3880万美元，而去年同期为3490万美元。盖尔芬德在早间电话会议上告诉分析师，中国的票房反弹和影院装置的回购使收入恢复到病毒大流行前的水平，达到2019年第一季度的水平，为2600万美元。

“我们将继续保持强劲的票房成长，并为当地的本土影片和好莱坞影院的放映做好服务。这种策略还有延伸到日本地区的趋势。”他的报告中提到《哥斯拉大战金刚》和《真人快打》都做了全球发行。作为轻资产的放映商，盖尔芬德认为，与美国市场中那些大型连锁影院相比，IMAX的脆弱性要小得多。

“随着全球电影市场的重新开放，我们能够迅速反弹以产生票房——实质上是在没有大笔启动成本或交货时间的情况下就打开了开关。”他告诉分析师。

IMAX公司表示，其第一季度的全球票房为1.1亿美元，这是新冠肺炎疫情以来首个票房同比上一年增长的季度。在第

一季度，IMAX表示经历了强劲的中国农历新年，并在其巨型银幕上放映了日本票房热门影片《鬼灭之刃 剧场版 无限列车》(Demon Slayer)和《新世纪福音战士》(Shin Evangelion)。

盖尔芬德在分析师电话会议上讨论了迪士尼利用新冠肺炎疫情来测试消费者对优质视频点播的需求，尤其是即将发行的《黑寡妇》(Black Widow)和《黑白魔女库伊拉》(Cruella)，这促使人们猜测这家公司将与电影院老板摊牌。《黑白魔女库伊拉》和《黑寡妇》都将在大多数影院和大多数IMAX银幕上放映。”他对分析师说，他不确定迪士尼最终会不会将采用与大流行后的其他好莱坞电影公司一样的45天影院放映窗口期策略。

这位IMAX公司的负责人补充说，新冠肺炎疫情后较短的影院窗口期可以使IMAX受益，这一观点的明证是《哥斯拉大战金刚》宣布了在HBO Max流媒体平台上放映之后，其在北美上映的最初5天，大约有1000块IMAX银幕的票都售罄了。

“人们一直愿意为特殊的東西付出高价……他们想离开他们的房子。”他说。盖尔芬德在电话中告诉分析师，展望2021年下半年到2022年，消费者对健康和安全的担忧将逐渐减少，大投资影片的质量成为观众离开家并走进IMAX影院的主要动机。

盖尔芬德还受到即将上映的好莱坞电影片单的鼓舞，该电影片单包含了从2020年和2021年初延迟上映的影片，这些高关注度的影片会一直放映到明年。“在2022年，无论是《侏罗纪世界》、《碟中谍》、《阿凡达》、《蜘蛛侠》和更多的续集类漫威电影，多到让人兴奋。市场的潜力很大。”他说。

