



## 中影巴可亮相 CinemaS 2021： 让“专业产品+专业服务”释放更大的价值能量

■ 文/本报记者 李霆钧

人头攒动的展台，热情待客的展商，络绎不绝的观众……

作为疫情防控常态化之后，影院行业首个落地举办的大型展会活动，CinemaS 2021 以“未发生 来发生——升级经营思维 拓展创新动线”的主题，近200家国内外知名的影院设备、服务、解决方案企业以及跨行业、跨业态的多领域展商联袂参与，在“后疫情时代”瞬息万变的市场环境中，强化市场逐步恢复的信心，向业界传递“专业产品+专业服务”所能释放的价值能量。



### ◎ 通过新一代产品及专业的服务体系 为用户带来更多有益于运营的价值体验

今年的 CinemaS 2021 的主题为“未发生 来发生——升级经营思维 拓展创新动线”，不论是专业展览、深度论坛，还是新片发布、同期活动，均围绕这一主题开展，蕴涵了很多行业经营思维的创新空间，为电影行业持续、健康、有序发展献计献策。

作为一家深耕中国电影市场十年的企业，中影巴可始终致力于为观众提供与其他显示方式不同的内容体验，为影院提供高品质放映解决方案。特别是近两年，中影巴可变更为中央直属国有电影企业后，肩负着中国电影市场发展的社会责任，中影巴可希望为市场继续释放巨大的

价值能量，即通过新一代产品以及专业的服务体系，为影院用户带来更多有益于运营的价值体验。

中影巴可总经理张雨表示，中影巴可关注市场和企业的长远发展，目前已有的产品线和服务体系，目的都是能够扎根中国电影市场，扎根中国电影产业，为行业长期发展贡献力量。

谈到中影巴可的优势，张雨认为，巴可每年都有不低于销售额10%的研发投入，这一比例在疫情肆虐的情况下“不降反升”，让产品线始终保持活力；同时，从研发、设计、生产、销售、服务、零配件耗材

供应，全部都在中影巴可的独立体系内，可以积极应对市场的瞬息万变，为定位于中国的影院用户提供更为专业的产品和服务。

同时，中影巴可还有中影集团全产业链支持。张雨表示，中影巴可未来的战略规划，是从单纯的影院设备销售商转化为电影市场的参与者，是中影向社会、向市场提供整套服务方案中的一个环节。

“中影巴可将在中宣部的领导下，在中影集团及股份公司的带领下，为中国电影长期、健康、可持续发展竭尽所能。”张雨说。



### ◎ 用户需求细分化趋势明显 提供“极致+周全”的产品线设计

在 CinemaS 2021 中影巴可的展台上，不时有参观者来咨询放映机的性能参数、使用环境以及价格定位。此次展会，中影巴可展出了 SP4K-50B 和 SP2K-S 两款放映机，并搭建了一个小型的放映体验厅。

随着 SP4K-50B 的正式发布，巴可第四代 S4 放映平台已完成全机型的上线，这意味着，基于最新的第四代平台，中影巴可以为影院用户提供覆盖所有银幕需求的适配方案。

中影巴可销售总监陈鼎新表示，目前电影市场饱和度较高，放映同质化的情况仍未改变，用户需求细分化趋势明显，因

此，中影巴可希望通过自身产品线的完善，以及高品质放映的保障，满足观众不断提升的高品质观影需求。

在全产品线覆盖的基础上，中影巴可更注重产品的应用价值。其中 Lite 版 S 小机型凭借高性价比和极高的灵活性，已经发货超过 25 个省市地区，特别针对目前“小型厅”的趋势以及一些改建影城由于空间受限，而需要采取无机房等特殊的应用，S 系列都已经有了很多丰富的案例经验。Premium 版更专注于为客户打造差异化的观影体验，比如去年推出的 CinemaBarco 精品放映解决方案就搭载了

S4 的 B 系列机型，目前已成功落地成都、广州以及长沙。针对正在逐渐成为观影趋势的 4K 影片，S4 旗舰系列也以优秀的 4K RGB HFR 等亮点，和影院用户一同为影迷打造了 200 多个“S4 级”的高品质 4K 影院。

陈鼎新表示，中影巴可始终追求“极致+周全”的产品线设计，既保证高端影院极致享受的观影体验，也兼容中小影院的发展需求，不论是“大而美”，还是“小而精”，中影巴可都将在保证放映品质的前提下，提供最为适合的解决方案。



### ◎ 与客户“伴生式成长” 打造“全生命周期的品质服务方案”

从最早的 400 服务热线，到后来的微信端线上平台“易服务”，再到新的服务平台，中影巴可凭借十年来的服务积累，以及对用户痛点诉求的深入理解，为用户量身打造更具适用性的售后服务体系，这一体系也被称为“全生命周期的原厂级服务方案”。

中影巴可服务总监籍雪炜表示，从 2011 年中影巴可成立伊始，产品和服务就是同步搭建的品牌业务结构的不同层面。客户选择了中影巴可的产品，所购买的绝不仅仅是单一的软硬件设备，更有一

支伴随着中国电影发展历史而不断积累沉淀的服务团队。

“全生命周期的原厂服务方案”覆盖了三个维度，首先是时间维度，以技术为依托，以客户研究为依据，中影巴可的服务实现了从 400 热线到微信易服务再到平台服务的迭代升级；其次是覆盖维度，多年来，中影巴可的市场占有率始终位居全国第一，所面对的各类服务场景，积累的服务经验使其能够从从容应对各类突发状况；第三是客户维度，中影巴可的服务面向不同类型的客户，不论是大型影院投

资商，还是只有一两家影院的投资者，中影巴可的服务都能够跨越时间和空间的距离，为影院保驾护航。

籍雪炜表示，中影巴可的服务体系与客户实现了“伴生式成长”，完全按照中国电影市场的特点、依托中国影院客户的诉求独立设计而成，并随着行业的发展不断演变和开拓服务内容和服务方式。

尤为值得一提的是中影巴可的“原厂服务”，从“物”到“人”，全部有严谨的品质、规范、流程甚至企业道德要求，真正为用户提供可持续的、更适合、更专业的服

务方案。籍雪炜表示，服务也是产品，“原厂服务”一方面代表着规模化、专业化、流程化、体系化，它意味着影院经营者可以释放更多精力到经营层面，为影院带来更高的价值空间。

疫情的发生推动了中国影院行业转型的脚步，“升级经营思维，拓展创新动线”已成为电影行业所必将经历的发展趋势。在“危”与“机”所相互蕴含的诸多可能中，中影巴可凭借“专业产品+专业服务”，让专业技术释放更大的价值能量，为影院用户带来更多有益于运营的价值体验。

