

中影党史馆影院 持续开展红色主题展映活动



本报讯 为迎接党的二十大胜利召开,进一步推动党史学习教育常态化,贯彻国家电影局《关于开展迎接党的二十大优秀影片展映展播活动的通知》,北京中影国际影城(党史馆影院)积极响应,常态化展映红色主题影片,不仅利用2个“红色主题影厅”安排免费放映,还展开了一系列宣传推广活动,将弘扬党的辉煌历史视为己任,让更多党员干部群众通过观影坚定理想信念、传承革命精神,创新性地为影城打造为“红色影片放映示范基地”。

“红色主题影厅”免费放映 沉浸式体验新时代伟大成就

北京中影国际影城(党史馆影院)在迎接党的二十大优秀影片展映活动中,积极开辟红色观影新阵地,传播推广特别展映活动,受到社会各界好评。在“红色主题影厅”里,影院每日安排免

费“红色主题放映”,其中包括歌颂共产党百年恢弘历程的《悬崖之上》、《1921》、《我和我的父辈》,聚焦抗美援朝战争的《长津湖》、《金刚川》、《狙击手》,诠释疫情之下生命至上的《中国医生》、《穿越寒冬拥抱你》等多部人民群众喜闻乐见的优秀电影。让广大观众从中切身感受党的伟大成就与艰辛历程,厚植爱党、爱国、爱社会主义的情感。

北京中影国际影城(党史馆影院)拥有当前最为先进的影院放映技术,由中影股份倾力打造成为一座具有高科技含量、高技术标准、高规格配置的世界一流的智慧型影院,能够满足人民群众的多样化观影需求。影院一流的设施设备和高技术标准所带来的绝佳观影效果为“红色主题放映”活动给予了技术支持,也赢得了观众们的一致好评,“在如此高品质的观影环境看电影,更有代入感,更能共情”。使得

观众在极致视听体验中沉浸式地与时代的奋斗者共鸣,于银幕内外携手唱响红色光影颂歌。

全方位传播推广展映 创新营造浓郁观影氛围

在影院全方位、立体化的积极传播下,北京中影国际影城(党史馆影院)的观影氛围空前热烈。自7月1日展映展播活动启动至今,影院已放映红色影片22部,放映场次285场,观影人次超过1万,举办了33场影片主题包场活动。目前,各企事业单位已与影院提前预约《我和我的祖国》、《悬崖之上》、《1921》、《长津湖之水门桥》、《奇迹·笨小孩》等影片包场活动,预约包场放映场次达30场,观影人次约1000人。

“红色主题放映”活动期间,影院通过线上、线下大力传播弘扬红色影片,不仅在影院通道布置红色经典海报展,还于影院内LED电视、通道LCD大屏、影票自助机、展架等渠道轮次释放展映信息。同时借助中国共产党历史展览馆、中国科学技术馆、中国工艺美术馆人流优势,在M层党史馆入口、影院入口以及中国工艺美术馆出口摆放大典展映影片免费预约流程宣传图。

该影院相关负责人表示,未来北京中影国际影城(党史馆影院)将继续响应“用好红色资源、赓续红色血脉”的号召,利用影院的地理位置优势、特色影厅,积极打造党史学习教育新阵地,致力于让广大人民群众在沉浸式观影过程中回望时代印记,赓续红色血脉,传承民族精神。(支乡)

上海沉浸式影视乐园“开场”

本报讯 近日,步入而立之年的上海影视乐园官宣启动四大沉浸式项目——“武康大楼”沉浸式互动酒店、美影IP无动力儿童乐园、沉浸式野奢电影营地、“新世界”沉浸式剧场。这标志着,作为中国最早的影视基地之一,上海影视乐园升级进入3.0时代,全力打造沉浸式影视乐园。

上影集团党委书记、董事长王健儿表示,上海影视乐园是影视文化底蕴深厚、特色鲜明的拍摄基地,曾领风气之先;未来,在发挥拍摄基地功能的同时,将依托上影丰富的IP资源,以产业破圈为导向,拓展多元化形态,打造地标性大文旅目的地,吸引各种带有沉浸消费特征的优质项目,构建一站式沉浸式文娱消费聚集地,形成上海地标性沉浸式娱乐体验生态。

活动现场,上海影视乐园首次披露了四大沉浸式项目的新玩法。

“武康大楼”沉浸式互动酒店,已经出现在了上海影视乐园的“老上海地图”上。上影整体复刻上海文化坐标——武康大楼,引入雷爵酒店管理,共同打造适配老上海文化风情的沉浸式互动酒店,海派文化、江南文化、非遗文化、传统文化等丰富主题都将在酒店中结合乐园活动予以呈现,成为乐园沉浸式生态的重要组成部分。

美影IP无动力儿童乐园,由美影联合高端游乐品牌凯奇集团打造。美影乐园将通过光影多媒体技术,对《大闹天宫》、《天书奇谭》等大众耳熟能详



的经典动画IP进行“再创作”,实现人与动画角色的互动,让游客们走进动画世界。

上海影视乐园外滩公园电影主题营地也将开启户外露营升级版。露天影院、电影研学、户外探索、复古写真、水上运动、精致料理等多元户外活动将给游客带来丰富的电影主题体验。

今年十一长假,上海影视乐园“新世界”沉浸式剧场内,一场欢迎游客亲身参与的盛大演出拉开帷幕。上影制作携手沉浸式业态开发领军团队理想国,依托上海影视基地天然的影视拍摄资源,让经典电影取景地化身沉浸式剧场,观众们可以全套装扮化身角色,穿越时空入局

悬疑大戏。

作为中国十大影视基地之一,始建于1992年的上海影视乐园最初是为影视拍摄而生,无数影视名作在这里诞生,也因此吸引了无数游客前来观光打卡。2020年6月,上影集团确立“十四五发展战略规划”,“精品内容、大IP开发、数字化转型”成为集团发展的三大核心战略。正是基于上影的核心战略,上海影视乐园以大IP开发为目标,将内容与产业紧密结合,引入经典IP,深度发力沉浸式文旅生态,塑造“沉浸式影视乐园”的IP概念,向乐园的“3.0”版本迭代。此次四个沉浸式项目的正式签约,宣告了上海影视乐园打造沉浸式娱乐基地的“正片”即将绚丽开场。(影子)

主动抓取客流,『降价』切口打开的多种经营模式

广东影院启示录之脉铂影城



853.89万元,在佛山市各影院中排名第8。而比票房更值得关注的是,其年度观影人次达28.01万,在佛山市各影院中排名第3。

受疫情影响,近年观影人次呈明显下降趋势。2021年全国观影人次为11.67亿,相比2019年的17.3亿下降了5.63亿,而广东全省观影人次为1.47亿,较2019年的2.34亿也减少了0.87亿。作为在疫情后进军影院行业,此前不具有固定观影会员的影城,脉铂凭什么吸引观众?他们在观影人次上相对成功的经验,能为影院行业提供怎样的启示?

更低的票价: “促销”打开多样经营的切口

在节假日档期相应调高票价,是近年影院缓解经营压力的策略。2021年春节档,全国电影平均票价达48.9元,广东的平均票价则涨至48.4元,较2019年的44.65元高出3.75元。

而2021年春节档,刚开业的脉铂影城嘉禾店主动推出了“19.9过大年”的促销活动,档期内的平均票价为35.21元,低于全省平均票价,也较周边影城的平均票价低了8-10元,在该档期总观影人次3.9万,场均人次也达92人,客流量明显高于附近2公里内其他影院。尽管这一档期内的低票价恰好与开业促销活动叠加,但脉铂影城嘉禾店在2021年全年平均票价35.41元,远低于全省平均票价40.92元。

调低票价,意味着影院的分账票房收入减少。但衡量影院经营情况的指标,除了票房,还有观影人次。观影人次的数据,往往和影院其他收益是成正比的,如映前广告、卖品收入等。脉铂影城系在广东的第三家影院。9月25日,金沙洲店在开业第二天,拿下广东当天观影人次最高的成绩。

在广东,“脉铂”对很多观众来说是一个新名字——2021年2月,他们才在广州白云区开了第一家店:脉铂影城嘉禾店。2021年,脉铂影城嘉禾店吸引了63.5万观影人次,成为广东年度观影人次最高的影院,比第二名飞扬正佳影城(58.3万人次)高出5.2万人次。且这一观影人次最高的纪录,在2022年前8个月一直保持。2022年国庆档期间,嘉禾脉铂影城吸引了1.8万观影人次,在同档期居广东第二。脉铂影城的第二家店,则于2021年4月30日在佛山黄岐金铂天地开业,2021年即取得票房营收

调低票价,意味着影院的分账票房收入减少。但衡量影院经营情况的指标,除了票房,还有观影人次。观影人次的数据,往往和影院其他收益是成正比的,如映前广告、卖品收入等。脉铂影城系在广东的第三家影院。9月25日,金沙洲店在开业第二天,拿下广东当天观影人次最高的成绩。

在小红书等社交平台上,脉铂影城“19.9看电影”活动得到了观众的二次传播,不少观众分享了票根、影院照片。“调低票价”这一行为带来的,不仅仅是被促销吸引的观众,更形成了持续的宣传效应。

低票价能否提高对观众的吸引力?低票价需要成本,这一成本由谁承担?或者说,低票价带来的其他收益,能否覆盖这一成本?

调低票价,是影院经营中使用频率较高的工具。疫情以来,不少影城推出了特惠场、充值送票等活动。但受疫情

影响,影片供应相对减少等因素要求下,这一工具的效果并不明显。而探究脉铂影城的经营策略,可以看到影院对“降低票价”的定位相对清晰:“票价”只是多种经营中的一个切口。影院并不止步于“票价”这一工具,而是由这个切口完成初步的观众吸引、品牌宣传,并打开了影院在广告、卖品等赛道竞争的可能性,形成收入增量。

更主动的获客手段:
建立与购物中心的流量联动

脉铂影城高观影人次的数据是“主动获客”经营策略的结果。这一策略最明显的体现,是影院积极从购物中心、超市抓取客流,并转化为影院的“回头客”。

脉铂影城是金铂商业旗下自有品牌,开设在旗下购物中心金铂天地。不同于多数影院和购物中心会员体系分开的做法,脉铂影城和购物中心共用一套会员机制:购物中心的会员,自动成为脉铂影城的会员,顾客在商场消费所得的积分,可兑换电影票。这也在一定程度上解释了为何每一家脉铂影城,在开业初期就有不错的观影人次——针对购物中心、超市顾客进行宣传,并将这部分人流转化为观众。

如何让观众愿意回购?影院每个月有一场主题活动,提高了客户的复购率和黏度;不同的分店,也针对周边客群进行差异排片。嘉禾店周边年轻人居多,影院将更多场次给青春片;黄岐店的观影人群以本地家庭为主,影院则更多安排粤语片、动画片。

影院和购物中心的关系,近年已从互相引流、荣辱与共的蜜月期,逐步走向疏离;购票软件兴起,使提前买票、卡着时间到影院的观众,在购物中心内停留的时间减少。而疫情以来,作为密闭空间的影院,营业间断、上座率下降,总体观影人次下降,为购物中心带来的客流溢出效应逐步减弱。

大部分租赁物业的影院,租金压力进一步上升;一方面票房收入下降,另一方面,因自身引流功能下降,在与购物中心的租金谈判中失去优势。在近期停业的影院中,有一定比例是由于场租、物业成本过高,难以维持运营。

对影院而言,需要寻求和购物中心更紧密的关系:打破各自的客流边界,共同策划营销活动,共同培育社群。

(陶冶,广州大学新闻与传播学院教授;金哲华,南方报业289艺术品牌总监)

第18届中国国际动漫节启动

本报讯 由国家广播电视总局、中央广播电视总台和浙江省人民政府主办,杭州市人民政府、浙江省广播电视局和浙江广播电视集团承办的第18届中国国际动漫节近日宣布启动。

该动漫节是我国首个国家级、国际化的动漫专业节展,是“中华文化走出去工程”重点扶持的文化交易平台。自2005年起,中国国际动漫节已在杭州成功举办十七届,始终秉承“动漫的盛会,人民的节日”的宗旨,组织开展会展、论坛、商务、赛事、活动等五大板块内容,专业化、国际化、产业化、品牌化、市场化程度持续提升,成为国内规模最大、人气最旺、影响力最广的

动漫专业盛会,在推动中国动漫产业发展、展示动漫产业蓬勃发展势头、促进中外动漫文化领域深入交流合作等方面发挥了重要的平台和桥梁作用。

2021年9月29日至10月4日,作为在中国共产党成立100周年、“十四五”开局之年、浙江高质量发展建设共同富裕示范区起步之年杭州举办的首场国字头文化会展,第十七届中国国际动漫节以“共富新时代·动漫创未来”为主题,科学防疫、有效控流,以“共富新时代、动漫创未来”为主题,通过线上线下结合,举办了会展、论坛、商务、赛事、活动等五大板块共计28项活动。虽然受疫情影响,但是仍然

有56个国家和地区,335家中外企业机构,4031名展商客商和专业人士通过线上线下参与动漫节的各项活动,开展一对一洽谈1646场,现场签约金额4.8亿元人民币。

此外今年的动漫节产业博览会将于2022年11月下旬在杭州国际博览中心举行,为期四天的展会将继续以“共富新时代,动漫创未来”为主题,展览内容紧跟产业发展步伐,在原有的动画、漫画、游戏、网文等行业基础上,扩充了国潮、元宇宙、科技等新兴展览单元,进一步展现中国动漫产业的蓬勃发展。

(杜思梦)

四川成都开展中国农民丰收节主题放映活动

本报讯 为庆祝第五个中国农民丰收节,成都金沙院线农村数字电影有限公司从9月23日起持续开展以“奋进新时代 光影耀蓉城——庆丰收 迎盛会”为主题的优秀国产影片放映活动。

群众通过观看影片《袁隆平》,重温了杂交水稻始祖的“三系配套”的研究。当袁隆平院士亲自饰演老年

时候的自己影像出现时,观影人群发出了阵阵掌声,对这位解决了中国老百姓吃饭问题的“杂交水稻之父”、“共和国勋章”获得者表达了深深的敬意。

现场观影群众纷纷表示:“这是一部具有时代意义的影片,能让孩子们体会到今天的幸福生活来之不易。忆苦思甜,现在的丰收都是勤劳

的中国人民奋斗出来的。”

此次活动从9月23日持续到10月7日,成都金沙院线放映队在全市23个区市县放映《袁隆平》、《我和我的祖国》、《中国机长》、《扶贫主任》等多部影片共计1000余场,为农民丰收节营造热烈祥和的氛围。

(稿件来源:成都金沙院线、电影数字节目管理中心)

广西贺州市钟山县举行“主旋律电影进校园活动”

本报讯 日前,贺州市钟山县在县第四中学举行“钟山县主旋律电影进校园活动启动仪式”,以主旋律电影进校园、红色基因代代传的实际行动,礼赞新时代,奋进新征程。

该活动由中共钟山县委宣传部、县教育和科学技术局主办,钟山县融

媒体中心、钟山县第四中学、钟山县流动放映有限公司承办。

活动现场放映了革命历史题材影片《王良军长》,大家为革命前辈在腥风血雨的年代出生入死,不懈奋斗的革命精神所感动,纷纷表示一定要继承革命前辈的革命精神,努力学习,成为合

格的社会主义接班人而奋斗努力。

据悉,钟山县放映喜迎二十大主题电影场次已超1000场,完成全年任务的77%;民俗节目放映40多场,惠及瑶胞5万多人次。

(稿件来源:桂东院线公司、电影数字节目管理中心)