

(上接第8版)

## 4 主管部门重拳打击盗版 票价上涨引发业内讨论

2月市场成绩斐然,但也显现出了一些值得行业深思的问题。

首先是盗版,盗版在中国电影市场上并不是第一次出现了,但与之相比,今年春节档影片的盗版问题尤其猖獗,金逸珠江院线总经理助理谢世明更是直言:“今年的春节档票房可以说是被‘盗走’了。”

据他介绍,今年春节档一方面盗版流出的更早,在上映第二天(正月初二)8部重点影片的盗版版本就开始陆续传出来;另一方面是盗版的“质量更高”,之前电影遭遇盗版时,网上流传的多是影院偷摸盗录的模糊“枪版”,今年则是与放映机同位录制且画质清晰的720P、1080P版本,甚至还有1280高清版本,“几乎就等同于在网络平台上观看的正版质量了。”

饶曙光在接受媒体采访时也表示,盗版对春节档放最终影响非常大,“造成损失甚至超过总票房的30%”。他建议对牵扯盗版的相关行为和责任人要重罚,“罚到他倾家荡产,甚至永远禁止进入行业。版权是电影产业的基础和根本,如果版权保护不到位,那么之后的一系列衍生品和相关版权运营就无从谈起。”

其实,盗版问题一直受到业内重视,早在今年春节档之前,国家版权局公布了2019年度第一批重点作品版权保护预警名单,春节档8部国产电影悉数入选。在盗版出现后,国家版权局也第一时间进行处理,来自国家版权局的数据显示:截至2月17日晚,相关部门累计处理侵权链接7699条,日均监测到的侵权链接大幅减少。

不仅如此,国家版权局还表示在接下来将会同国家电影局、公安部、工信部等相关部门,深挖盗版源头,加大对影院偷拍盗录的打击力度,严厉查处销售、传播盗版影片的网站、APP、微信公众号、电商经营者,情节严重的将移交公安部门刑事处理。

和盗版几乎同时引起热议的是票价,

来自灯塔研究院的数据显示,2019年春节档平均票价达44.8元,相比去年同期的39.7元,同比上涨13%。除了基础票价,今年春节档的服务费也出现些许上涨,来自艺恩的数据显示,2019年春节档全国平均服务费达到3.04元,这也是2017年以来,服务费首次超过3元。

总体看来,传统票仓城市、一二线城市和东部沿海城市受票价影响较弱,而三四线城市和乡镇由于观众正处在观影习惯培养阶段,且对价格因素较为敏感,受春节档票价上涨的影响较大。来自猫眼专业版的数据显示,2月5日至7日(正月初一至正月初三),三四线城市观众贡献了52.4%的票房,低于去年同期的53.5%,也就是说,在高票价的影响下,中国电影市场并没有继续之前的下沉趋势,三四线城市对春节档市场的驱动力反而下降。

谢世明表示,“返乡潮”助力下的三四线城市,一直是近两年来春节档的“票房重镇”,在今年春节档开始前,也是被给予极大期望的增量市场,今年春节档票房产出占比不升反降,这对于整个大盘的提升存在着较大影响。

在整体票房之外,高票价也影响到了“第二梯队”影片的市场空间。一位三线城市的排片经理告诉记者,在高票价的影响下,观众购票时往往会选择最具性价比的影片观看,原本正常票价下会被观众“二次选择”的第二梯队影片《疯狂的外星人》、《飞驰人生》等受到的冲击更大。

“有相当数量的观众本来有多次观影的意愿,但在高票价的影响下,看了100多元钱一张票的《流浪地球》后,预算已经不支持、不允许再看春节档的其他影片了。”

在记者的采访中发现,从业者对于春节档涨价态度褒贬不一。有人认为票价上浮是基于供求关系作出的合理市场行为,从本质上看并无问题,但需要主管部门和行业协会出台相关规范,在上浮范围

等方面进行明确规定;也有人认为,在票价上浮方面要具体问题具体分析,因地制宜,比如一二线城市等观影市场较为成熟的市场可以适当上浮,而在三四线城市和县城等还处于观众培养阶段的市场来说,还是要进行相应的促销手段进行市场培养。

而在谈到票价上涨的原因时,从业者的观点则统一得多。数位发行人告诉记者,一方面,随着近两年来中国市场银幕数的增长,影城竞争激烈,经营压力增大,“全民观影”的春节档成为了影城“抢任务”的关键时期。

北京耀莱成龙国际影城五棵松店是蝉联多年的全国影院年度票房冠军,2018年该影院全年票房产出为7992万,但2019年2月5日(正月初一)一天就产出票房106万元,春节七天假期共收获票房近500万元,春节档期对影城的助力可见一斑。

另一方面,放映端按往常经验认为,观众春节观影需求是“刚需”,观众的热情能够造成档期内影院“一票难求”的供求失衡状态,即便高票价,也既不影响上座率,还能更好的完成影城的业绩任务。

但有专家表示,之前影院观影能够成为春节的“新民俗”,很大程度上是因为看电影是过年娱乐方式中较为物美价廉的一种,但从春节档观众的反应可以看出,放映端高估了观众的观影需求,低估了观众尤其是三四线城市对于价格的敏感程度。

饶曙光在谈及春节档票价时也坦言,春节档的“刚需”更多是一种误判,“最多也就是初一初二,初三之后的分化与分流还是相当明显的。”

相对于提高票价,他认为,中国电影实现可持续繁荣发展的关键环节之一是要花更大的力气培养市场和观众,“不断拓展观影群体观影人群,不断地养成观众更加稳定的观影习惯、变看电影过年为过日子,不断地提高观众的观影频次。”

## “来电影院逛美术馆” ACE影城谋求跨界经营新思路



本报讯 电影放映、卖品销售、影院广告、场地租赁,这些都是传统影院已经在做的事,无法凸显其行业优势。如何在传统电影经营模式之上寻找新的卖点,在激烈的市场竞争中寻求长远发展,是今年2月刚刚开业的ACE影城要思考的问题。

来电影院逛美术馆,正是ACE影城追求的新型跨界经营模式。所谓跨界,并不是单纯要开发一个完全陌生的行业,而是要深挖行业消费需求。在ACE影城负责人刘晖看来,观众来影院并不仅是看一场电影,而是一种社交活动,未来影院不仅是售卖电影这一单纯的功能,而是电影生活方式。因此,ACE影城与798艺术区的Tabula Rasa Gallery合作,将影城打造成一家真正意义上的艺术影院,与以往的艺术影院不同,ACE影城无论从影院功能上,还是影城空间、包括影城活动,处处体现了电影与艺术的真正跨界。

据悉,ACE影城通过与Tabula Rasa Gallery的合作,完成了影城空间的艺术化打造。影城内设立了九个艺术展区,同时,邀请当代艺术家为影城定制艺术作品,使观众欣赏电影的同时还可畅游影院的“美术馆”区,欣赏到不同艺术家风格各异艺术作品的同时,还可以将自己喜爱的艺术作品购买下来带回家。例如,漫画艺术家anusman为ACE影城特

别绘制的墙画《森林里的露天电影院》,描绘了森林居民们相约在空地中的露天电影院看电影的情景;艺术家苑瑗通过绘制在亚克力圆板上的少女形象、与墙贴完美融合的手绘柱体,试图呈现一个有关时空的旖旎梦境等。

“我们突破了以往传统艺术作品展示的桎梏,为艺术家提供了一个更贴近大众、能进行思想交流互动的社交平台。艺术不再高高在上,把美术馆搬进电影院,这对于影院和艺术家来说,都是一种跨界的全新尝试。”刘晖说。

在影院活动方面,ACE也力求创新。结合自身影院与艺术结合这一特色,影院加强与周边艺术区及院校、教育机构的拓展合作:与北青教育圆桌开展了小记者观影活动,与周边国际学校也在陆续洽谈中,通过电影与艺术这种声光电结合的形式,提升孩子们对艺术的感知力,培养学习兴趣。

据悉,ACE影城是全数字放映,全3D、现代化影城,共有12个电影放映厅,1200个座位,设有激光厅、LUXE巨幕厅、动感4D厅、情侣双座沙发厅、家庭亲子活动厅等。影院安装了GDC2.0升级版影院管理系统、日本NEC激光放映机、美国LUXE终极银幕、Dolby Atmos杜比全景声、电动座椅、儿童座椅等设备,全部1.25米宽排距。同时拥有网络平台售票、管理系统电子化,卖品收银自动化。(林琳)

## 全面升级的高端 一体式媒体模块(IMB)



全新发布的SR-1000独立媒体模块  
无需硬盘,采用精密准备电子设备,保证稳定性,  
操控打破空间限制

### 主要特点

#### 采用CineCache™

· 采用CineCache™(内置存储)设计。无需本地硬盘存储仍可播放内容



#### 支持上千部电影播放

· 支持Ultra Storage(超级存储)功能。配合自动化影院系统CA2.0可播放上千部电影



#### 可靠性高

· 采用医疗和军用级嵌入式电子设备,消除因硬盘故障导致停场的事故



#### 与第一代、第二代和第三代放映机兼容

· SR-1000可与包括Barco、Christie和NEC在内的第一代、第二代和第三代放映机无缝集成,确保高度可靠性和内容传输的安全性



#### 无线平板控制SMS,操作轻松容易

· 在电影院任何地方都可通过无线连接信号访问放映机SMS



欢迎莅临CinemaCon 2019展台2103A号指导或电邮至marketing@gdc-tech.com了解详情

环球数码创意科技

香港·北京·深圳·雅加达·新加坡·东京·首尔·洛杉矶·利马·墨西哥城·圣保罗·巴塞罗那·迪拜·孟买

GDC官方微信



实现您数字影院的完美体验