

(上接第3版)

2 观众最看重“好内容”而不是“低票价”

春节档7天,8部新片将于大年初一正式拉开这一场没有硝烟的战争。众所周知,影片上映前的一个月,是片方宣发营销的黄金时段。

就推出的物料而言,《疯狂的外星人》从2018年12月9日开始至2019年1月23日,一个多月时间里,就推出了“绑架”版预告片、外星人“奇袭”黄渤沈腾、“渤君一笑”黄渤特辑等6个预告片,其中“绑架”版预告片播放量达1725万。微博上发起的话题讨论达80多条;近三个月来,微信公众号文章多达2600多篇,文章阅读总量达150万以上。影片还请到人气组合“火箭少女101”全员献唱的电影《疯狂的外星人》宣传主题曲《银河系Disco》,该宣传主题曲已于今年1月28日零点上线。

《飞驰人生》从去年8月至2019年1月20日,共推出14款预告片,其中“车神沈腾被科目二难倒”播放量达1193万。发起微博话题讨论达170多条。近三个月发布微信公众号文章达3000多篇,阅读总量达137万。

近年来,周星驰的新片拍摄一直都比较神秘,从选角到拍摄,流出的消息都很少,《美人鱼》如此,新作《新喜剧之王》亦如此。相对于其他影片早就锁定春节档,2018年11月29日《新喜剧之王》宣布定档春节的消息如一声“炸雷”,让业内震惊不小。作为春节档的“常胜将军”,周星驰再度冲击春节档,也让同期影片压力倍增。相对于《疯狂的外星人》、《飞驰人生》的物料“轰炸”,《新喜剧之王》可以说是以神秘取胜。从目前发布的物料来看,近一个月内,该片仅发布三款预告片。但从营销定位来看,《新喜剧之王》主打“情怀牌”。无论是把《喜剧之王》里“尹天仇”那句著名的台词“努力!奋斗!”印在广告牌上,还是在发布会上邀请“柳飘飘”张柏芝再相聚,重温“我养你啊”等经典桥段,都是希望能勾起观众对《喜剧之王》的观影记忆。截至1月29日,《新喜剧之王》的首日预售也达到5800多万,仅次于《疯狂的外星人》、《飞驰人生》。

作为首部国产硬科幻片,《流浪地

球》从筹备开始就获得不少关注。从去年7月开始,该片一共发布了9个预告片,总播放量达1800万。发起微博话题讨论140多条。近三个月发布微信公众号文章2000多篇,总阅读量达137万。影片还请到著名音乐人刘欢为《流浪地球》创作主题曲《带着地球去流浪》。

去年,《捉妖记2》将宣发下沉,比如将宣传影片标语刷在了农村各个角落。今年,成龙新片也沿用这一方式,在某些乡村,可见“成龙大哥电影贺新春打造美丽新农村”、“成龙喊你去电影院神探蒲松龄真好看”等一些“宣传标语”。

相对于这些常规的营销事件,1月17日晚,《小猪佩奇过大年》导演张大鹏拍摄的一支宣传片《啥是佩奇》“刷爆”朋友圈,上线不到一天内,就获得了几千万的点击量。“小猪佩奇”的营销被饶曙光赞为“天才级别的想象”,这说明“我们目前电影的营销决策进入到新的水平”。在饶曙光看来,“走心”就是和观众进行全方位的沟通和交流,和观众建立共同体美学,在价值观、情

感、生活层面达成共同体,“这是电影和观众最核心的美学关系,需要我们从内容表达和营销策略上建立与观众的共同体美学。”

从放映格式来看,今年春节档,共有三部3D格式影片——《流浪地球》、《神探蒲松龄》、《熊出没·原始时代》,占比并不算高。从点映反馈看,影片的品质得到了观众的认可。于超认为,现在的片方更多关注的是内容,技术是服务于内容的手段。

其实,无论哪个档期,无声的硝烟一直弥漫着。但是,中国电影市场经过多年的发展,已经日趋规范。早在去年春节档,为了避免资本层面的恶性竞争,各大片方联合提出“限制票补”,让电影市场回归到“内容为王”、“品质为王”的良性发展轨道上来。刘汉文认为此举会让业界更加关注电影品质,“票补可能对电影票房起很大作用,但不是关键作用,最重要还是看影片是否接地气,是否有正能量,是否高品质。”春节观影是“刚需”,最看重的是“好内容”,而不是“低票价”。

3 让每一部影片找到自己的观众 口碑力量远大于营销

宣发营销,确实能为影片造势,从而获得一些影院排片和观众关注。

但是,宣发营销真能左右一部影片的命运吗?这会真正影响影院排片吗?

首都华融电影院在北京有两个影院,一个是西单店,14个厅;一个是金融街店,6个厅。关于春节档的排片,于超直言,不论几个厅,都不会以预售作为参考,因为影片还未上映,有观众购票的盲目成分在。“不要被宣发营销绑架”,此时的院线和影院经理需要保持清醒的头脑。在于超看来,对于影院经理来说,真正可以参考的是观众真实的口碑。

近两年春节档,大年初一的票房冠军都不是最终的冠军,片方的引导呈现出来可能不是影片真实的水准。资深电影人吴鹤沪表示,初一初二因为预售等营销手段,可能会影响到排片模式和影院经理的思维模式,很难保证影片排位的真实性。比如,去年的《红海行动》,不算是一部应景的影片,是带有教育作用的战争片,但初一初二看过的观众提供了很好的口碑,“口碑的力量远远大于票补等市场行为”。

对于影院来说,春节档影片足够丰富,观影也是春节的“刚需”,因此完全不担心“卖票”。就初一初二来说,影片口碑质量还未确定,所以于超在这两天的排片上会相对平均,“不管厅多厅少,这两天我会保证每部影片黄金时段都有排场,初三再开始决定接下来的倾向。”

对2019年春节档加以分析,影片的战况似乎从宣发前置到了制作乃至时长阶段。从目前已知片长来看,《新喜剧之王》和《飞驰人生》分别只有91、98分钟时长,而《疯狂的外星人》和《流浪地球》时长分别为116、125分钟。这些因素,都将成为影城排片的重要参考。吴鹤沪表示,同一天上映8部影片,如果是20个厅以上的影院,肯定表示欢迎,不论片长多长,哪怕同一天再上两部也排得下,黄金时段都有场次;但是,对于三四个厅的影院来说,如果初三需要调整排片,因为厅少会导致调整余地较小。一位影城经理更是直言,在一天的排片体系下,时长较短的影片相对于116分钟的《疯狂的外星人》和125分钟的《流浪地球》要多排出一两场,“多开两场就意味着影城更多的收益”。

其实,好的宣发就是让每一部影片找到自己的观众。如今,市场容量已超6万块银幕,刘汉文表示,“不是每部影片都需要大投入、大投放”,而是找准目标观众群比较重要——在观众更加分众化的同时,应该根据每部影片制定合适的营销策略。

“观众眼里的好电影,会有更好的票房。”这是飞速发展的中国电影市场,兜兜转转找回的“初心”。

宣传、包装、营销固然重要,但真正起决定性作用的还是电影品质。去年《红海行动》的逆袭胜出,也说明质量才是关键,“一边挨骂一边大卖”的光景已不再。

中影股份董事长喇培康出席2018年度中影股份影视服务板块工作总结会

本报讯1月18日至19日,中影股份影视服务板块2018年度工作总结会在国家中影数字制作基地举行。中器公司、珠海中影公司、中器各参控股公司总结了2018年的工作重点,确立了新的发展目标。中影股份董事长喇培康出席会议并讲话,对各参会单位取得的成绩给予了较高的评价,并对今后的工作提出了三点要求:一、要加强思想政治学习,进一步提高政治站位,深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和十九大精神,牢固树立“四个意识”,坚定“四个自信”,落实新时代对电影技术工作提出的新任务新要求,为国产影片发行放映做好服务工作。二、要不断努力加强技术创新,永葆行业竞争优势,抓重点、补短板、强弱项,在各自领域进

一步做大做强;加大自主知识产权技术的宣传推广,推动电影技术“走出去”,提升国内外知名度和品牌影响力。三、要充分利用产业链优势资源,加强与其他业务板块协同作战,为中影股份全产业链建设做出积极的贡献。

中器公司特邀深圳市人大代表、深商总会董、深圳光峰科技股份有限公司CEO薄连明作了《战略方程式——兼论企业经营的术与道》的精彩讲座,就企业面对内外部形势的发展变化如何制定发展战略,推动企业抢占下一个制高点,进行了充分的论述。

中器公司干部职工、珠海中影公司负责人、中器公司各参控股企业中层及经营管理骨干近190人参加了会议。(影子)



2009-2018年春节档票房前五名影片信息				
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2009年	游龙戏凤	喜剧	4300	134
	疯狂的赛车	喜剧	3000	101
	喜羊羊与灰太狼1	动画	2350	75
	赤壁(下)	战争	2100	68
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2010年	阿凡达	科幻	10000	164
	大兵小将	动作	6800	195
	全城热恋	爱情	5700	156
	锦衣卫	动作	2900	81
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2011年	最强喜事	喜剧	8000	231
	武林外传	喜剧	5800	157
	我知女人心	爱情	3800	108
	熊猫总动员	动画	3400	85
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2012年	大侦探福尔摩斯2	动作	6600	195
	碟中谍4	动作	5700	159
	逆战	动作	5400	160
	八星报喜2012	喜剧	4570	137
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2013年	西游:降魔篇	喜剧	53000	1266
	101次求婚	爱情	9800	277
	云图	科幻	2880	79
	越来越好之村晚	喜剧	2560	78
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2014年	在一起	爱情	2360	66
	西游记之大闹天宫	动作	62700	1476
	爸爸去哪儿	纪录	48000	1488
	澳门风云	喜剧	18890	572
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2015年	前任攻略	喜剧	3600	106
	冰雪奇缘	动画	3590	97
	天将雄狮	动作	46800	1130
	澳门风云2	喜剧	43200	1066
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2016年	钟馗伏魔	动作	27200	668
	狼图腾	剧情	24400	609
	爸爸去哪儿2	纪录	17000	520
	美人鱼	喜剧	148400	4015
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2017年	澳门风云3	喜剧	68800	1924
	西游记之孙悟空三打白骨精	动作	66100	1798
	功夫熊猫3	动画	13400	368
	年兽大作战	动画	3200	105
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2018年	西游伏妖篇	喜剧	115000	2961
	功夫瑜伽	喜剧	87000	2289
	大闹天宫	喜剧	57000	1633
	乘风破浪	喜剧	41000	1120
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2018年	熊出没·奇幻空间	动画	26200	795
	唐人街探案2	喜剧	189400	4754
	捉妖记2	喜剧	170300	4423
	红海行动	战争	119700	2872
年份	片名	类型	票房(万元)	人次(万人)
2018年	西游记·女儿国	爱情	43500	1080
	熊出没·变形记	动画	36500	993

数字影院整体方案提供商,为您的影院建设保驾护航!

400-819-2199

智信恒诚
ZHIXIN HENG CHENG

主营业务

- ▶ 影院设备销售
- ▶ 激光改造
- ▶ CGS巨幕改造
- ▶ 氙灯耗材
- ▶ 影院设备维保
- ▶ 影院设备集成安装



区域联系人:

华南:俞波13681557011

华东:乔建民18001131606

西南:甘贝贝18614058668

西北:杨勇18910486756

华中:田利18611380686

东北:乔鸿智18001131607



广告