

灯塔专业版报告： 医疗、军旅题材或在“后疫情”时期受热捧

本报讯 7月25日,随着第二十三届上影节正式开幕,中国电影也在长达半年的“冬歇期”后逐步复苏。在这个开局之始,灯塔专业版联合北斗星智库发布了主题为“大幕重启,砥砺前行”的2019-2020中国影视行业报告,详细梳理了过去一年间的影视行业的发展走势,并对当下的电影市场进行剖析与展望,以期对影视行业未来的复苏路径做出探索。

2020年以来突发的疫情,给电影行业带来重创。据灯塔专业版的报告估算,在无疫情的假设下,2020年国内院线电影票房将保持约4.4%的增速,整体票房可达671亿元人民币。然而结合目前实际情况进行估算,2020年整体票房损失将达到近500亿元。

但重创之下,也蓄积着反弹。观众对于进入电影院观影的愿望还是十分迫切。此前灯塔研究院曾对电影购票人群进行了大规模调研,数据显示,超过八成的用户把“去电影院观影”列入了最想做的事情;超过四成用户表示,疫情后去影院观影的频次将较疫情前有所提升。从长期来看,观众对院线电影市场恢复期待强烈。

除去疫情的影响,近两年来,我国院线电影整体票房增速已经呈现逐步递减的趋势,从2017年22.8%的增长率,跌至2019年的5.4%。同时灯塔专业版的报告中也提到,近两年来中国观影用户结构趋于固化,用户下沉放缓,市场需要新动能来激发观影用户增长。

新机也正在被孕育。由疫情催生的“线上全媒体营销”,包括“云路演、云首映、云观影”等模式逐渐成熟,丰



富了传统的“线下渐进式点映”,新的营销模式不仅可以轻松登上各大话题热搜榜,还与观众间形成了更密切的互动。上海大学上海电影学院副院长程波认为,影视宣发的本质是在“引流”后的“变现”,互联网宣发使得数据可回流、效果可量化,未来影视宣发线上化会是一个常态。

报告也引用了相关例证。2019年电影《受益人》率先选择线上直播售票的互联网宣发模式,主播薇娅及演员大鹏、柳岩在淘宝直播限时售卖优惠电影资格券,20分钟聚集超800万用户,6秒售罄11.6万张。影片线上售票期间,主办方与观众间形成了超高频次的互动,预热物料收获了高曝光度。

此外,线上全媒体营销还可实现对目标观影人群的精准触达。网剧《重生》上线前,灯塔通过用户画像将该剧的核心人群定位在了25岁以上的成熟用户,以“直播安利+组团追剧”的组合方式,为《重生》完成了有效的用户引流及首轮口碑沉淀。

《拆弹专家2》定档12月24日

本报讯 近日,《拆弹专家2》发布定档预告,宣布将于12月24日上映,成为贺岁档首部定档的影片。

《拆弹专家2》讲述了全新的故事:前拆弹专家潘乘风(刘德华 饰)晕倒在爆炸案现场,被警方列为嫌疑犯。为了寻找真相,他不得不向同是拆弹专家的好友董卓文(刘青云 饰)求助。急于破案的女督查,同时是潘乘风前女友的庞玲(倪妮

与此同时,网络电影的迅猛发展也为电影行业注入了新动力。报告显示,2020年1-4月新晋上线的网络电影中,优酷、爱奇艺和腾讯视频三家头部内容分账超1000万的影片数量达20部,占比67%,平均分账票房超过1400万,较去年同期增长33.1%。

“后疫情”时期,复苏将成为我国电影行业的关键词。在内容方面,专家指出目前观众迫切需要心灵方面的抚慰,从“热血”里寻找民族的认同感,从欢乐中排忧,因此医疗、军旅和喜剧类型的影视作品可能将在“后疫情”时期爆发。但同时,也应注意避免盲目跟风推出抗疫题材影片。抗疫题材更需要找到合适的类型载体,经过严格打磨,成为适应市场消费的文化产品。

在放映端,院线对设施、运营及服务能力的提升,也是助力行业恢复十分重要的一环。专家建议,影院应首先完成放映技术与服务系统的更新换代,满足并提升观众观影需求与观影体验;其次,影院应丰富运营手段,挖掘经营潜力,通过提高管理效率的方式改善影院经济效益。最后是从片源质量着手,开掘档期潜力,提高单块银幕产出和影院上座率。

灯塔专业版报告指出,近两年来,我国城镇居民人均教育、文化和娱乐消费支出正在逐年上升。在这样的整体消费趋势下,在片方、宣发与影院多方积极配合下,未来一年中国电影行业票房回归正轨并非难事。同时,合理运用“线上全媒体营销”与观众进行深度亲密互动,利用专业营销团队实现受众的精准触达,也将进一步加速中国电影行业的复苏。(赵丽)



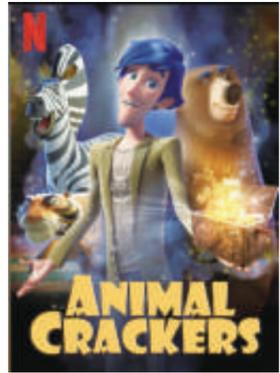
饰)也被卷入其中。影片由邱礼涛导演,刘德华监制及主演。预告中不难看出,刘德华再次饰演拆弹专家,但这一次的角色更为复杂:断了一条腿,似乎卷入了爆炸案,被同为拆弹专家的刘青云追捕,又被身为警察的前女友倪妮指挥行动,谜团重重,让人猜想不断。(影子)

动画电影《神奇马戏团之动物饼干》登陆Netflix

本报讯 于2018年公映并入围第21届上海国际电影节金爵奖动画单元名单,由中国电影公司文华东润影视文化有限公司投资打造的动画影片《神奇马戏团之动物饼干》于2020年7月24日登陆海外著名的流媒体播放平台Netflix(网飞)。

该片导演由知名动画导演托尼·班克罗夫特担任,他曾执导经典动画电影《花木兰》并荣膺动画业最高荣誉——安妮奖最佳导演奖;该片的形象设计则由卡特·古

德里奇操刀,《寻梦环游记》、《海底总动员》、《怪物史莱克》等大热影片的人物形象均出自他手。两位大师的强势加盟,可谓影片质量的一大保证。此外,影片还有艾米莉·布朗特、约翰·卡拉辛斯基、伊恩·麦克莱恩、西尔维斯特·史泰龙等知名演员参与配音,3次获得格莱美奖的麦克·布雷献唱主题曲,众位创作者强强联手、匠心沉淀,力求为观众带来一次酣畅淋漓的视听盛宴。(影子)



复工后首部奥斯卡大片《1917》定档8月7日



本报讯 在第92届奥斯卡颁奖礼大放异彩的热门佳作《1917》近日发布“争分夺秒”版预告片 and 海报,正式宣布定档8月7日登陆中国内地,成为复工后将映的首部奥斯卡大片。

电影《1917》讲述两名士兵坚守一个信念,奔赴死亡前线,生死传讯的故事。早在今年1月初,影片曾率先登陆北美市场,一经上映,迅速成为“票房爆款”,首周收获3700万美元票房。

《1917》在中国内地未映先热,不仅在豆瓣有着高达8.5的超高分,在网络上更是相继被媒体和影迷刷屏式“安利”。随着档期尘埃落定,影

片再次在网络上掀起热议,一度将“复工必看电影”、“8月酣爽大片”等话题推至热门。

影片在拍摄方面大胆创新,采用一镜到底的拍摄方式展示战争的无情与残酷,“现场直播”一战战场,令人产生身临其境的感觉,解锁了战争类型电影的全新形式,带来沉浸式观影体验。

电影《1917》由萨姆·门德斯执导,乔治·麦凯和迪恩-查尔斯·查普曼领衔主演;梦工厂、信实娱乐出品,中影集团进口,中影股份发行、译制,上海阿里巴巴影业协助推广。(杜思梦)

六小龄童《财迷》7月25日上线

本报讯 由经典版《西游记》老班底主演的现代喜剧电影《财迷》于7月25日在爱奇艺独家播映。

电影《财迷》由孙悟空的扮演者六小龄童领衔主演,猪八戒扮演者马德

华、唐僧的扮演者汪粤、续集沙僧的扮演者刘大刚联合主演。

《财迷》讲述了为人特别“财迷”的郝鲲鹏一夜暴富之后,发生在他身上的一系列爆笑又温暖的故事,并笑中带泪

地提出一个问题:到底“我为谁财迷”?

制片方还发布了一款“女儿笑侃老爸”版预告片。预告片中,以角色女儿的视角,细数了“财迷”老爸郝鲲鹏,沉迷数钱、擅招招财猫、棒打咬钱老鼠、在星级饭店偷牙签、买西红柿勒索根葱等日常,短短几个镜头,“喜剧人物”形象便呼之欲出。(影子)

非常时期,中环影城的自救、创新和未来



多半途而废,甚至有些高端影城仅以廉价速溶咖啡应付了事,而中环则在不断的探索中积累能力,坚持用现磨方式呈现咖啡。

中环影城负责人表示,从咖啡豆的甄选到烘焙、牛奶类型的选择到奶泡口感的细腻程度,咖啡与牛奶的融合把控,与温度的匹配,中环用绝对匠心的精神,日复一日的研磨和融合,成功探索出了具有中环特色的咖啡服务经验。

在这样的方向指引下,中环影城9年如一日,将一杯杯造型精致、花样精美、口感醇香的咖啡送入了影迷的心里,成为中环“影院+”的第一张耀眼名片,改变了观影只有可乐爆米花的选项。

“电影主题咖啡西餐厅+共享书店”: 专属你的社交“小确幸”

2015年,第一个中环电影主题咖啡西餐厅投入运营,这是中环从单纯咖啡售卖转型以电影放映为中心的社交型场所的开始。

据记者观察,中环影城主题餐厅主营西餐、中式午餐、西式下午茶等,与观影时段重合,给观众提供“一站式”消费体验,最大程度减少了顾客在观影时额外消耗的时间成本。咖啡的浓情、西餐的浪漫、电影的回味,使人们更愿意到这里小憩,享受茶余饭后精神上的富足,感受快节奏年代慢生活的美好。

2018年,以“阅影绘”命名的中环共享书店正式开放。书店内嵌电影主题咖啡西餐厅,将电影、咖啡与图书元素结合,采用自助式借阅方式,为此专门开发了专业高效的图书管理系统。自此中环在观影会员体系之外,发展出了一套阅读会员体系。一个集新书发布、观影座谈、文创活动、图书阅览、咖啡及餐饮于一体的综合性文艺社交空间雏形,呈现在广大观众面前,令人流连忘返,也延伸了影院的观众年龄段。

中环影城负责人表示,营销的本质是消费者需求管理,主题餐厅和共享书店结合,是中环人对消费者洞察的最佳诠释。观影之余有更多的休闲生活方式,满足了不同的客户需求。

中环影动力: 在电影中感受激情,在健身中享受快乐

2019年4月,第一个中环影动力健身俱乐部正式亮相,运营面积1000平方米,内嵌于中环影城汉中店,经营上与影院相对独立,但又能相互联动,彼此导流,中环第3个会员体系诞生。在运动和阅读之间隔着一杯咖啡,在劳逸和闲适之余共着一场电影……持续的探索 and 改变,中环影城越发与众不同。

中环影城负责人认为,创新的本质是消费者价值创造。企业存在的价值和意义既是创造客户,同时也在乎解决社会问题。

影城内嵌健身房的尝试,为中环首创,一举化解健身行业多个痛点:首先,重资产影院的“背书”解决了健身房普遍存在的诚信难题,同时也就解决了健身房从业者归属感不强的问题;其次,管理精细且重服务的影城跨界进军健身行业,是对销售型主导的传统健身房运营模式的极大提升;最后,基于影院的品牌影响力和充沛的流量,使得嵌入式健身房在开业之初,就解决了获客难题。据悉,针对目前教练水平参差不齐、负面传闻不断,中环正筹备教练学院,旨在提升行业的标准化,提升教练的从业素养和教学



质量,为私教会员提供更专业的服务。

“影院+”的中环模式: 特殊时期自救图存“三部曲”

春节档的消失加上长期未复工的现实,对三四线城市影城的打击,远比一二线城市影城更大,而中环自有产业布局恰好又以三四线城市为主,自救图存就成了中环人的当务之急。

2月中旬,各地疫情仍在迅猛发展中,中环就利用主题咖啡西餐厅的产业布局优势,推出了“一杯咖啡温暖一座城市”的公益活动,以独特的服务向疫情期间所有奋战在一线的“城市守护者”致敬。同时也推出了0.01元咖啡畅饮活动,走出复工自救的第一步。3月初,结合兴起的大众养生理念,推出“环饭儿”营养餐。从周一到周日根据男女不同体质需求,科学搭配膳食,合理规划每一餐,成为了影城3公里内上班族族的必点外卖。

随着抗疫形势好转,中环影动力健身俱乐部陆续恢复经营,中环走出了复工自救的第二步。一批影城骨干到健身房帮忙,既熟悉了新业务,又增加个人收入。6月份,旗下最大的科技馆健身健身房单月营收近50万,业绩创新高,完全符合疫情期间管理层对健身行业走势(大健康、治未病)的预判,也体现出中环人的创业天赋、市场悟性和组织活力。

中环花园主题餐厅是自救图存的第三个举措,利用现有主题餐厅推出“夜啤酒”项目。不同于大排档的优质就餐环境,搭配了菜品的完美口感,已是中环影城所在地众多影迷宵夜的首选。中环自救经验也在客户恩惠影业各影城推广。

从单一主业到“双轮驱动”: 在精准创新中创造未来

今年元旦这一天,14亿中国人唯人知道短短二十几天后我们这个春节居然是这么过的?当时业内乐观预测春节档票房的情景,至今历历在目……可见想要准确预测未来是多么的困难。今天的时代,万事万物已变得异常复杂,任何过往经验或既有工具都难以做出预测。如何与高度不确定性共舞,已然成为企业界主旋律,而能否把不确定因素转化为市场机会,则是对经营者的巨大挑战。

乔布斯苹果手机成功经验表明:与其试图预测未来,不如直接参与甚至引领创造未来。面对疫后高度不确定的社会环境和互联网时代扑面而来的未来竞争,中环影城转型升级的探索,向行业提交了以下答案:

密切关注消费者需求与客户体验新变化,主动改变自己,在把现有业务做扎实的同时,发挥企业家精神,勇于打破业务边界,拓展出一到两个可靠的新业务,并在此过程中,不断提升战略思维能力、顶层设计能力、资源聚合能力及团队建设能力,提升全体骨干的命运共同体意识,为顾客创造最大的价值,为员工和股东谋取最好的未来!