

影院管理『以人为本』就有凝聚力

探究广州青宫电影城员工齐心抗疫之根基

■ 文 祁 海



小刘积极工作,成为优秀员工,很快被提拔为票务主管。

青宫影城安排刚入职的美工小李上早班,她经常迟到,上班时无精打采。影城领导没有狠批她,而是找她谈心,发现她多年来都有夜间失眠的毛病,每天都是快天亮才能睡着,因此很容易睡过头,这是生理问题而不是自由散漫。于是,影城领导灵活变通,特批小李的上班时间推迟一小时,下班也推迟一小时。小李是一人在办公室设计宣传品,不是面对观众的窗口服务,也不用和别的同事搭档,她改变上班时间,对影院的全局工作没有影响,她的工时没有减少,但心理负担大大减轻,而且休息得好,精力体力更充沛,工作效率反而大大提高。

随着社会的发展,员工对物质生活会有更高的追求,这是合情合理的。企业如果为了节省一点经营成本,只会要求员工拼命干活而不实行多劳多得,是杀鸡取卵的短视行为。员工得不到合理回报,就没有生产积极性,企业的损失反而更大。

为了让员工充分享受企业发展的成果,青宫影城对薪酬制度大胆改革。如员工推销零售票、团体票都可以提成,上不封顶。专职包场推销员黄家红,因销售成绩好,年收入有时还高于青宫影城经理。青宫影城任何一位员工都可以组织包场,提成比例与专职推销员一致,分工不分家,大大调动了员工的包场积极性。青宫影城的出纳和美工,也是包场能手。

更大胆的是,青宫影城在我国电影院中首次引进解放军的士官制度,业绩显著的员工不提升职务也可拿相当于高级别的固定工资。如优秀的美工和票务主管可享受值班经理待遇,优秀的清洁工可享受副主管待遇。不任高职务的员工也觉得有奔头,而且减少了为升职而争权夺利的内部矛盾。

2 关心员工的进步成长

人会有荣誉感和上进心,这也是一种人生追求。

青宫影城对员工的关心爱护,不限于物质,也很重视精神层面的激励。

人称“红姐”的青宫影城包场推销员黄家红,热爱本职工作,业绩显著。影城领导让宣传人员精心撰写一篇专门介绍红姐如何乐业的文章,题为《“三心二意”的推销高手》(指耐心、细心、热心、乐意、得意)。标题、内容都很吸引人,被国家广电总局主管的《中国电影市场》杂志采用,在全国同行中反响极大。红姐深受鼓舞,工作更积极,销售额在全国影院的推销员中名列前茅。青宫影城对红姐的激励,使该影城其它员工也深受激励,增强了职业自豪感。一名女员工说:“我看到北京的专业杂志介绍红姐的文章,差点掉泪,没想到我们这些影院小员工也能登大雅之堂!”

外地某家影院管理公司举办全国影院专业培训班,寻觅有经验的财

务行家讲课,青宫影城领导闻讯之后,立即向培训班极力推荐该影城的优秀财务人员蔡绵燕。小蔡精通业务,但不善言谈,从未讲过课,有点顾虑。影城领导鼓励她,并向培训班建议小蔡的授课不采用大段讲理论的方式,多用对话交流,学员提出各种话题,小蔡根据自己的学习和实践经验解答并讲实例,就轻松自如,效果很好,大受学员欢迎。小蔡首次登台讲课一炮打响,颇有成就感,在对话交流中又可以发现一些专业方面的新问题,对她进一步提高业务水平大有好处。小蔡很感激影城领导为她提供锻炼机会,更努力工作,在青宫影城一干就是十三年。前几年,有的影院想用高薪挖小蔡过去,但见她安心在青宫影城工作,便知难而退了。

3 关心员工的亲属

“拥军优属”,是通过关心军人家属,稳定前方将士的军心。青宫影城学习了这一经验。

江苏籍外来工沈艳的老祖母很想孙女回乡和她一起过七十六岁生日,但沈艳工作忙走不开,沈奶奶思念孙女,一人飞来广州。青宫影城领导得知这一信息,为沈奶奶举办一个别开生面的祝寿会,地点就在青宫影城的影厅,影城领导和工友们都到场,给沈奶奶切生日蛋糕,再放一场祝寿电影。奶奶感动,孙女感动,影城所有员工都感动。只有中专学历的沈艳,为回报影城的关爱,格外努力工作学习,进步飞快,入职七年之后被提拔为青宫影城店长,在今年的抗疫期间更是表现出色,指挥若定,成为顽强坚守的中流砥柱。

2017年中秋节与国庆节同在一个黄金周,9月29日晚上,青宫影城2号厅迎来一批特别观众——影城员工及其家属。影院员工在这两个节日都要值班,不能陪伴在家人身边,因此,青宫影城特意为该影城员工家属开一个电影专场,让员工提前与亲人过节团聚。电影开映前,伴随着充满温馨的电影插曲,银幕上亮出员工提前录制好的“告白”视频,都是员工对妻子、父母、子女表示衷心感谢的肺腑之言,或是员工回顾与“另一半”的甜蜜往事,令家属们惊喜不已,因为这次录制行动,完全对家属保密。一名员工的幼女在现场为大家熟练弹奏钢琴曲;一名员工的丈夫为大家献唱一首歌曲《等待》,他笑称:因太太经常加班到深夜,他来影城等太太下班是常事,他觉得这是一种甜蜜的“等待”。本次活动,使员工家属倍感温暖,更支持员工的工作。

现代社会的新型影院,不能只依靠硬件,还必须重视软件的开发,以高情商催生高智商。

被评为“全国青年文明号”的青宫影城,其中一个重要的文明标志,就是很有人情味,对外表现在善待观众,对内表现在善待员工。两者的关系是以“内”促“外”,因为观众是由影院员工接待的,影院员工受到激励之后热爱工作,就会善待观众,加强客户对影院的粘度。享有美誉的影院,自然是客似云来!

2020年第七周农村电影市场点评

农村流动数字电影市场(2020年10月9日—10月16日):

据电影数字节目管理中心编辑部统计,截至10月16日,数字电影交易服务平台可供订购影片4200余部,其中2019年以来出品的影片260余部。10月10日至10月16日新增8部影片,全部为故事片。

上周30个省区市的185条农村电影院线订购影片1629部,总计35万余场。13条院线订购超百部,其中浙江新农村数字电影院线有限公司和江苏新希望农村数字院线订购均超过300部;4条院线订购超万场,其中甘肃飞天农村数字电影院线有限公司超过40000场。放映回传方面,甘肃飞天院线各项数据最为突出,回传放映场次超过500次,回传放映场次超过20000场。

抗美援朝题材影片获热订

故事片方面,随着中国人民志愿军抗美援朝出国作战70周年纪念日的临近,《英雄儿女》、《上甘岭》、《我的战争》等经典影片的受关注度明显提升,约有20条院线订购。另外,两部9月新上平台的乡村题材豫剧电影《家有婆媳》、《拿住拿不住》订购量大幅上涨,跻身订购场次排名前五。

科教片方面,进入秋季,气温逐渐下降,一些传染性疾病容易蔓延扩散。疾病防治和养生保健类影片又开始成为各地关注的热点。上周《儿童常见传染病的预防》、《可可爱之疾病预防》、《生活习惯与健康长寿》、《合理膳食与健康》等影片订购排名均相对靠前。

真实还原战争的电影,也是和平岁月里每个人重温人性与友情价值的罕有体验。

多地开展爱国主义电影进校园活动

为发扬和传承爱国主义精神,按照有关爱国主义教育影片进学校要求,近期多地院线积极组织开展爱国主义电影进校园放映活动,与学校德育教育结合起来,让广大师生在感受电影文化魅力的同时,增强爱国主义意识,激发爱党爱国爱社会主义的巨大热情。

从9月1日开始,内蒙古包头院线在全市大中小学开展为期2个月的“爱国主义电影进校园”公益展映活动,精选了优秀民族题材、青少年题材和红色经典主题影片,目前活动持续进行中。江西省新干县电影公司在县内78所中心学校开展“爱国主义教育影片”进校园为主题的放映活动,至11月底将放映60部不同年代的爱国主义影片,计划放映312场,截至目前已放映了116场。安徽省合肥市第九届爱国主义电影进校园展映活动,将持续至2021年6月,共遴选了15部影片推荐给全市的中小学生学习观看,同时鼓励广大教师指导学生开展影评座谈,倡导学生独立思考,发表见解,撰写影评,并积极参加征文比赛活动。四川省宜宾市委宣传部、市双城服务局、市文广旅游局组织开展“宜宾文化进高校”七个“一”活动,将持续到2021年1月。

电影数字节目管理中心编辑



新片方面,数字电影交易服务平台上周推出了第92届奥斯卡金像奖最佳摄影、最佳视觉效果、最佳音响效果三项大奖获奖影片《1917》。该片为一战题材,讲述了第一次世界大战中发生在法国北部战场的片段,两名年轻的英国士兵冒险越过战线送信,以阻止英军陷入德军圈套。《1917》最大的亮点就是无剪辑点的“一镜到底”,全外景顺时序拍摄,让观众仿佛置身战场,与片中角色一同经历枪林弹雨。这不仅是一部

部每周推出《农村电影市场周点评》,欢迎各省市区市电影管理部门、农村院线、影片发行方将近期影片订购情况、设备巡检运维工作、技术服务培训等工作信息及照片发给我们。《农村电影市场周点评》将在《中国电影报》、电影数字节目管理中心网站和微信公众号刊发,并选出优秀稿件推荐主流权威媒体刊发。(投稿邮箱:dmcnews@dmc.org.cn,来稿请注明作者、联系方式及单位。)

(电影数字节目管理中心 车雷莹)

