

14日起北京电影院上座率上限提至50%

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)8月12日,据北京日报客户端消息,北京市电影局下发本市影院通知,从8月14日起,全市影院上座率上限由30%调至50%。同一天,北京商报记者在第三方购票平台上发现,北京市多家电影院的购票页面也已将后续放映场次的上座率从不超30%调整为不超50%,但同时也有部分电影院的工作人员表示,目前尚未接到上座率调整的通知,仍按照此前规定进行售票。

猫眼电影显示,现阶段包括UME国际影城(安贞店)、金逸影城(朝阳大悦城IMAX店)、完美世界影城(北京西直门凯德MALL店)、大地影院(望京新天地店)在内的20余家电影院,旗下均已部分正在销售的放映场次将上座率调整至不超50%,而以上放映场次基本均在8月14日及以后。

为了解此次调整是否覆盖北京市所有电影院,北京商报记者联系以上电影院,但电话未能被接听,而在联系其他电影院时,也有工作人员称暂时尚未接到调整上座率的通知。其中美嘉欢乐影城(三里屯店)的工作人员表示,目前影院暂未收到总部的通知,现阶段仍继续按照上座率不超30%的规定执行。

值得注意的是,除了北京市部分电影院已将上座率不超30%调至50%外,据国内多



家媒体报道,包括上海、成都、福州等地区的电影院也已对上座率进行了调整,并表示是接到电影主管部门或是中国电影发行放映协会的通知,自8月14日(本周五)起,除了上座率从30%提高到50%外,观看片长超过两小时的影片也无需中场暂停休息,同时电影院

可以恢复售卖饮品,但仍禁止饮水和进食。

某影投公司经理周翔向北京商报记者表示,部分省份和地区的调整应是在疫情防控的基础上逐步放开对影院的限制,以推动电影市场的恢复,且近段时间多部新片上映或相继定档,可趁此机会提振电影市场的

发展。

对于电影院经营者而言,30%与50%之间并不只是20%的差距,更重要的意义在于单场放映有机会获得更多的票房收入。以共计50个座位的小型影院为例,提高比例后,单个影院单场放映能够增加10个座位,若按照一张电影票30元进行计算,意味着电影院经营者能从单个影院的单场放映增加300元的收入。而影院越大,20%所增加的座位数量也会进一步增加,收入空间也会随之扩大。

影评人刘贺表示,在电影院恢复营业之初,由于需要持续做好防控措施,再加上当时上映影片的市场吸引力相对有限,因此30%的限制是必要的,也不会对影院的经营产生特别大的影响,而目前越来越多的国内外新片陆续定档,同时还有更多电影作品进入院线发行的阶段,筹备着未来的上映工作,观众的观影欲望会逐渐被激发,在保证持续做好防控措施的基础上,合理放宽限制能够帮助影院获得更多的收入。

据猫眼专业版显示,截至8月11日,全国复工影院数量已达到8060家,复工率则超过了七成,同时单日票房也从复工最初的百万元进入到千万元规模。

值得一提的是,除了对上座率放宽外,片长超两小时的影片无需中场暂停休息,以及

对销售饮品的调整也令从业者以及影迷感到惊喜。新规显示,影片内依然严禁进食和饮水,原则上不卖食品和饮料,但如果观众观影后购买带走,可以售卖。

在业内人士看来,这也是为了方便后续影片的上映。据公开资料显示,即将上映的复映影片《哈利·波特与魔法石》片长为152分钟,国产新片《八佰》则为147分钟,这令不少影迷担心中间的暂停休息会影响到整体的观影体验,但无需中场休息的调整,则让影迷放下了心中的担忧。

周翔也表示,对于电影院而言,可以恢复售卖饮品是一个好消息。卖品销售也是电影院主要的收入来源之一,并拥有比电影票销售更高的毛利率,虽然目前仍暂时禁止在影院内饮水和进食,或许会影响到实际销量,但销售能够逐步放开也增加了电影院获得更多收入的机会。

据公开数据显示,电影院放映业务的毛利率大约为15%-20%,而包含卖品销售等在内的非票收入,则可实现近60%的毛利率。目前的调整也是在为电影院稳步恢复活力而做出的一系列布局,而电影院经营者当下也要继续加强对清洁消毒等防控措施的重视,从而让稳步恢复的态势延续下去。”刘贺如是说。

热度居首位 手游《江南百景图》如何蹿红

一款名为《江南百景图》的古风模拟经营类手游成为当下游戏市场的爆款,上线一个月下载量便超过了500万次,上线40天后在TapTap上实现超540万的下载量,并持续位居平台热门榜首位。古风题材、注重细节、美术设计等都是《江南百景图》脱颖而出的主要原因,不过,与《动物森友会》等超高人气的爆款游戏相比,《江南百景图》的交互性较为薄弱,若能在这方面进一步强化,或许其生命周期会更长。

居平台热门榜首位

《江南百景图》由椰岛游戏自主研发,并于7月2日正式于安卓和苹果平台上线。据TapTap数据显示,截至8月12日13时30分,该手游的安装量已达565.86万次,关注人数则累计达到255.72万人,位于平台热门榜首位。

除了安装量的数字能说明此款游戏的受欢迎程度之外,其官方QQ群也异常火爆。北京商报记者发现,在《江南百景图》12个官方QQ群中,已有10个呈现出满员的景象。

而在豆瓣平台上,该手游的评分则达到8.3分,游戏玩家交流组中有3万余个成员。

作为经营类游戏之一,《江南百景图》的走红引发了业内的关注。纵观近年来的游戏市场可以发现,经营类游戏层出不穷,既有较为经典的游戏《我的世界》《动物之星》《孤岛余生》《烹饪发烧友》《物流大亨》等,也有今年的《明星医院》《米家电视台》《艺人养成计划》等几十款新游戏。不过,其中能与《江南百景图》实现同样高热度的寥寥无几。

对此,北京商报记者就《江南百景图》上线后的市场反馈情况向对方发采访函,但截至发稿对方未予以回应。

营销或许是原因之一。重庆昭信火拳电子竞技有限公司授课教师何师迪表示:“在正式上线之前《江南百景图》进行了广泛的宣传,多位知名的微博游戏大V也转发了相关的游戏PV,让游戏有了一定知名度。另外,大部分国人比较喜欢这种‘种田’类型的游戏,享受这种慢慢养成的感觉。”

当然,营销只是第一步,要想真正留住用户,还是得靠游戏本身的亮点。在北京人人创造科技有限公司CEO朱家亮看来,首先《江南百景图》的画风贴近国内玩家的需求,并在设计上有所突破,存在独创性,恰好是

市面上缺少的产品类型,避免了其他大量游戏跟风或抄袭令用户产生厌倦的情况。与此同时,《江南百景图》在初期曾做了很多美术方面的测试,了解了用户对美术风格的喜好偏向,并做了很多基于中国古代文化玩法的变化,制作较为精良,带来更大的产品价值以吸引用户。

古风题材增强竞争力

椰岛游戏官网显示,该公司此前曾打造过另一款名为《超脱力医院》的模拟经营类手游,尽管均属经营类游戏,但在TapTap上仅获得了40余万的下载量,不到《江南百景图》的零头。

对于两款游戏下载量的明显差异,朱家亮表示:“这是题材导致的,通常情况下经营类游戏能满足用户现有的愿望,让现实中很多人有所期待,如通过购买农庄来模拟经营一块地。但现实中想要经营医院的人本来就很少,同时模拟经营类游戏不是要创造不存在的东西,越接近用户现已存在的愿望,越能够接近成功,因此《超脱力医院》在题材上没有让用户产生太多期待。反观《江南百景图》,虽然设定为古风,但游戏经营的是建造属于自己的城市,是在基于用户现有愿望的基础上,开辟新的题材定位,反而带来新鲜感。”

与以现代为背景的经营类游戏可以依靠当下的生活经验去设计游戏不同,《江南百景图》定下的古风题材,也对研发人员有更多的要求,才能保证实现更好的专业性。

公开资料显示,椰岛游戏员工大部分来自长三角地区,对江南生活十分熟悉,所以《江南百景图》以万历四十四年江南地区为背景,同时,游戏的画风、工艺、背景设定都源自吴门画派的墨宝,如仇英版的《清明上河图》等呈现了大量江南市井风貌,且玩家在游戏中选择探险模式时,还能在对话中聆听汤显

祖和丽娘的爱情故事。

而更吸引玩家的则是《江南百景图》在细节上的设计:“游戏里每个城市都有自己个性化的背景音乐,都非常好听。而且大部分的物体都有自己独特的音效,把画面放到最大可以听到动物的叫声、念经的声音、集市里面的叫卖声等。此外,玩家完成每个生产或任务后的点击动作,也都有自己独特的特效。”游戏玩家张衡如是说。

交互性薄弱

从制作上来看,《江南百景图》在制作上获得了玩家的认可,但该游戏在交互性方面尚存一些不足。尽管该款游戏已经开通了站内联系人列表,但互动行为仅止步于接受或赠送友情点数,暂未开通站内聊天等更多元化的功能。

“这款游戏并没有太多社交功能,如果能像《动物森友会》一样具备更强的社交功能,比如玩家可以访问其他人的家园,或者有道具交易,它的生命周期会更长一点。”朱家亮如是说。

此外,何师迪也指出,该手游后期内容比较重复,没有能长久吸引住玩家的亮点,同时玩法设定也需优化调整。作为模拟经营类游戏,《江南百景图》中的SSR人物多于SR人物,这对于一款抽卡类型的游戏来说并不合理,数值上需要重新规划。”

如今,我国游戏行业的发展正如火如荼,特别是手游。据艾媒咨询数据显示,2019年我国移动游戏市场规模达1660.3亿元,预计2020年移动游戏行业市场规模将超过1800亿元。

但在这背后,各个游戏之间也产生了更大的竞争压力。此次《江南百景图》的市场表现也令业内再一次思索该如何发展国产原创手游。

在何师迪看来,当下国内比较流行的手游除腾讯旗下的几款社交类产品之外,其他热度较高的游戏如《命运冠位指定》是依靠IP《FATE》而拥有很大基数的粉丝群体,所以能常年霸占iOS平台的氪金榜前几位;手游《明日方舟》则是依靠独特的美术风格+成功的宣发使其拥有不错的流水,这也成为国内部分手游模仿的目标。但国内手游最需要的是跳出框架去思考究竟什么样的游戏才是玩家想要的,这样才能实现进一步发展。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 杨菲

逆势圈地 汉庭计划八年扩至万店

北京商报讯(记者 关子辰)疫情防控步入常态化,旅游业也已逐步开放,作为华住集团旗下主打经济型的酒店,汉庭解锁了自己的扩张之路。8月12日,汉庭CEO徐皓淳在接受北京商报记者专访时表示,汉庭未来将进一步下沉布局三四五线城市,甚至深入县级市,并计划在2028年将酒店数量扩至10000家。这意味着,汉庭酒店的数量将在未来八年内扩至现在的4倍左右。趁行业复苏之际跑马圈地不失为一个时机,但疫情之下的后遗症以及未来更为激烈的市场竞争,仍是扩张路上绕不过的坎。

“目前汉庭在全国共有约2600家酒店,且汉庭酒店将以每年签约800家酒店的速度扩张。”谈及未来的扩张计划,徐皓淳如此表示。

扩张的主要市场不再是一二线城市,下沉是汉庭此次扩张的主要策略。徐皓淳表示,汉庭近期60%新建酒店主要集中在三四五线城市,甚至一些县级市,尤其是一些县政府、医院、商业街等地。

事实上,对于汉庭酒店的扩张计划,华住集团创始人、董事长兼CEO季琦在2019年12月的“华住世界大会”上就已经提到过。彼时,季琦指出,2022年华住旗下酒店将达万家,并且要把经济型品牌汉庭开到每一个县城。

在当下的市场环境之下,要想实现这个野心勃勃的扩张目标,并非易事。如何让汉庭酒店既要优化现有存量,又要加速扩张新店,是当下困扰徐皓淳的问题。“这就需要汉庭不断在加盟产品上谋求更新。”徐皓淳坦言。

据徐皓淳介绍,今年以来汉庭已经推出了更高升级版本的3.5门店,该版本单间客房造价为7.9万元,RevPAR(每间可供出租客房产生的平均实际营业收入)则相比老版本提升了40-50元,预计投资回报周期为四年,而该产品也将成为汉庭未来拓展市场的主力。同时,为了更新一些老旧门店,汉庭还推出了2.7版本千店焕新升级计划。据悉,该计划中加盟商只需花费单房改造成本2.7万元即可完成门店更新。

其实,对于门店的更新,汉庭一直在推进。据了解,早在一年前,汉庭酒店就已经按照3.0标准来拓展门店。当时,徐皓淳还指出,未来三年内,将逐步淘汰未升级的汉庭酒店。徐皓淳认为,加速产品更迭,更有利于汉庭酒店提升入住率和RevPAR,从而提升品牌整体的市

场竞争力。

计划只是第一步,当下,要想达到扩张目标,汉庭要面临的挑战并不少,首当其冲的就是疫情对酒店行业的冲击。

对此,徐皓淳承认,疫情确实给酒店的经营带来了很大的压力。不过,徐皓淳表示,在疫情中,由于坚持开店,并推出一系列刺激销售的举措,汉庭酒店也迅速恢复状态。目前,汉庭酒店平均入住率已经恢复至80%-85%。同时,流动性低、本地消费强的城市或地区的酒店恢复得更好,尤其是三四五线城市。

除了来自行业外部的冲击,在行业内部,竞争压力也挡在汉庭酒店的扩张之路上。不只是汉庭,近年来,其他国内酒店集团也在加速跑马圈地,经济型酒店市场的火药味愈发浓重。

800家

“目前汉庭在全国共有约2600家酒店,且汉庭酒店将以每年签约800家酒店的速度扩张。”

锦江和首旅如家发布的财报显示,2019年,锦江和首旅如家分别净增长1071家和401家酒店,虽然中高端酒店占比逐渐增加,但是新店中依然有不少经济型酒店。

在徐皓淳看来,汉庭从2005年发展至今,外部压力一直存在,且呈逐步递增趋势,不过,这也成为汉庭继续发展经济型酒店的动力。徐皓淳继续坦言,正因为其他酒店集团发力中高端,所以汉庭未来依然会坚守经济型酒店市场,并打造市场标杆。

对于汉庭酒店的计划,华美顾问集团首席知识官赵焕焱认为,目前县级市的住宿业标准化和连锁化程度还比较低,因此汉庭在县级市大规模发展还是有可能的。不过,连锁酒店的发展必须要解决人才和服务的问题,此外还包括如何支撑前台软件、后台支持系统、中台控制系统的有效运营,未来汉庭能否实现“万店”,将成为业界持续关注焦点。