

抢先看  
北京电影节

# 北影节十年：展和城的蜕变

8月23日，第十届北京国际电影节十周年特展正式开幕，一年一度的北京国际电影节如期而至。2020年，对于北京国际电影节而言无疑是别具意义的一年。从初次亮相，到成为目前全球发展最快的电影节之一，北京国际电影节用十年的时间，记录着电影这门光影艺术的迭代与变迁，同时也记录着一座城市的发展与蜕变。



## 十年蓄势 累计签约额超千亿元

在中国电影博物馆的十周年特展上，北京国际电影节组委会将历年资料和影像进行展示，通过影人、影奖、影片、影话、影业、影节、影事等视角，展现了北京国际电影节成长历程与发展脉络。

十年间，活动日益多样化。在首届北京国际电影节上，北京展映、重磅论坛、北京电影洽商等活动在为期一周的时间内成功举办，并实现了27.94亿元的签约额，但所涉及的活动类型仍相对较少。

此后，每一届北京国际电影节均在此前的基础上增加新的活动与项目，如第二届新设项目创投环节，公开征集创投项目并遴选成长性较强的项目给予扶持与推介，而第三届则正式设立“天坛奖”，征集评选具有国际水准的高水平精品佳作。

到第十届，北京国际电影节已涵盖北京展映、开闭幕、主题论坛、北京市场、电影+等多个板块，覆盖创作推介、展览展示、洽商交易、奖项评选、电影展映等全产业链。

在整体活动愈发丰富的同时，北京国际

电影节也吸引更多电影人的参与，每年实现签约金额不断攀升。

以项目创投为例，据北京国际电影节组委会提供的数据显示，平台累计接收报名项目达到3666个，其中仅第十届北京国际电影节便征集829个报名项目。

此外在“天坛奖”方面，全球已有超过90个国家和地区的近5000部影片报名参评，先后有近50名中外著名电影人担任“天坛奖”评委，如国内知名电影人曹保平、王家卫，以及执导电影《狮子王》《精灵鼠小弟》的美国导演罗伯特·明可夫、获得过奥斯卡奖的作曲家詹姆斯·纽顿·霍华德等，均曾担任过“天坛奖”的评委。

截至目前，北京国际电影节已经成为全球发展最快的电影节之一。其中，北京市场板块现已成为亚洲最大的电影市场之一，签约金额累计已突破1300亿元，并保持着逐年递增的状态，北京展映也从最初2万的观影人次增长到2019年的23万，今年更是增加了电视端、线上端的展映通道，有望获得更多影迷的关注。

导演贾樟柯在北京国际电影节短片《四代导演的电影梦》中表示，电影节本身有高度的关注性，每一次影展都能自然形成聚光灯

效应，同时电影节本身也能够借助北京市优质的电影院资源，让影展的影片跟普通大众广泛接触，真正做到一次嘉年华。

## 十年迭代 票房十年增长近三倍

在《四代导演的电影梦》中，导演谢飞谈到，电影到现在已有100多年的历史，世界上开始办电影节则是自20世纪二三十年代起，比电影的诞生晚三四十多年，而电影节是主流商业市场的一个补充，特别是推广多元化的电影，是一个非常好的方式。

北京国际电影节每一个前进脚印的背后，正是北京电影市场的逐步攀升。

据公开资料以及灯塔专业版数据显示，2011年，北京市全年的电影票房收入仅为13.2亿元，但截至2019年，北京市全年电影票房已提升至36.14亿元，实现近三倍的增长，包括北京耀莱国际影城（五棵松店）、北京金逸国际影城朝阳大悦城店、北京首都电影院（西单店）在内的多家电影院，全年电影票房均达5000万元以上。在票房增长的同时，北京市的观影人次也已突破7000万人，达到7634.1万人。

北京市电影市场近年来在内容创作方面也不断增强竞争力，借助全市拥有上万家影视制作机构，涵盖电影创作生产全产业链的各类市场主体的基础，出品了多部爆款影片，实现票房与口碑的双丰收。

以电影《唐人街探案2》和《红海行动》为例，以上两部作品均是由北京出品并于2018年春节档登上大银幕的影片，上映后不仅位居2018年影片票房总榜的第一位和第二位，同时也在2019年，北京出品的爆款电影《流浪地球》《哪吒之魔童降世》也在上映后引发观影潮，并分别创造了国产科幻电影和国产动画电影的票房纪录。

尽管今年以来受疫情影响，北京市电影市场也难免因为线下影院的暂停营业以及拍摄的停滞受到影响，但自有序推进复工以来，身处各个环节的从业者便积极筹备，推动着电影市场的整体复苏。据灯塔专业版显示，截至8月22日，北京市已有近200家电影院复工，同时电影制作机构也逐步展开更多项目。

在新元文创创始人刘德良看来，目前电影市场正处于逐步复工的状态，电影院也陆续恢复营业，通过更多电影的放映，带动电影市场慢慢恢复到曾经的状态，集聚更多活力，

未来的市场发展仍会较为客观。

## 十年期待 新格局、新突破与新使命

在经历了一段特殊时期后，不只是市场的重启，外界也更加关注电影行业如何在变局中开辟新局。

中国传媒大学协同创新中心教授齐勇锋认为，虽然当下的经济形势相对欠佳，但此时也有着更多发展机会，同时政府层面也在加大力度支持电影市场，若能抓住反而能实现意想不到的发展，比如在内容层面，可抓住符合时代需求的题材创作更多与观众产生共鸣的作品，从而抓住市场、抓住时机。

在8月22日刚刚举办的第十届北京国际电影节暨2020中影·华影影片推介会上，57部海内外影片相继亮相，包括导演张艺谋针对国产类型片全新尝试的电影《悬崖之上》、以广西壮族自治区百色市乐业县新化镇百坭村第一书记黄文秀为原型拍摄的影片《秀美人生》、国内首部海外维和战地纪实电影《蓝色防线》对外展现了电影市场的发展新进程，既有电影人在类型上的突破，也有在题材上的探索。

中国文联电影艺术中心主任饶曙光表示，经历过特殊时期后，电影市场的恢复也要一步一步进行，稳步进入到此前发展的常态，并带动着更多从业者增加发展信心与动力，激发影迷们的观影欲望，在循序渐进的状态中慢慢恢复到原来的经营状态，或者是建立一个新常态。

“北京国际电影节跟中国的发展、改革、开放、改变，跟国际地位的提高，都是息息相关的。”在《四代导演的电影梦》中，张艺谋这样说道；同时，电影一直跟时代在一起，每个时代都有不同代表的电影。每一个时代的电影都映射出那个时代的所有信息，尤其是人们对于情感的所有诉求，都可以在电影里看到，这就是电影有魅力的地方。”

北京商报记者 郑蕊 实习记者 杨菲/文并摄



扫码观看现场视频

## Market focus

# 错过春招和暑期档 学科培训机构如何赢在秋天

继早教机构陆续复工后，占据教培行业最大市场份额的K12学科培训机构们也在准备线下复课。截至8月23日，已有大型培训机构向北京商报记者透露，已获得了复课批复。对此，记者走访了学而思、新东方、巨人以及精锐等品牌的线下学习中心，了解他们的复课和准备情况。对于错过了传统招生旺季的学科培训机构而言，在秋季招生中重振旗鼓显得尤为重要。

## 集中在9月初复课

中小学学段的秋季学期即将开学，课外培训机构申请复课的节奏也在加快。据北京商报记者走访了解，北京多家线下K12培训机构计划在9月初正式复课。

巨人教育发言人王立向北京商报记者详细介绍了巨人教育复工的相关情况：“目前巨人教育在海淀、西城、东城、石景山这四个区域的校区都已经通过了教委的审批，这次教委的审批速度非常快”。王立透露，巨人教育最早的秋季班将在8月31日开课，大规模的秋季班在9月5日和6日，从9月12日起，学生可以正式返校，开始对秋季班课程的学习。

北京商报记者在走访中了解到，目前

包括高思教育、学而思培优、新东方、精锐等在内的多家机构也已经向各区教委递交了相关书面材料，正在等待复课的正式通知。多家学科培训机构均表示，如果不出意外，9月初就会恢复正常的线下授课。

其中，学而思培优中关村校区的相关咨询老师表示，秋季班的排课将从9月4日、5日左右开始；而新东方通州新华大街校区称秋季开课时间预计在9月4日。据不完全统计，其他学科培训机构的开课时间也多集中在中小学开学后的一周到半个月。

据业内人士透露，在K12学科培训行业里，每年有三个重要的招生时间节点：分别是春季招生、暑期招生和秋季招生。其中暑期招生收入占比能达到机构全年收入的50%，春季和秋季各占25%。

今年以来受疫情影响，北京地区的学科培训机构们几乎错过了春招和暑期的整个招生季，在行业洗牌和震荡下，活下来的机构们势必会抓紧秋招这一重要时间节点。

“复学复课在即，学校已经开始全面的消杀清洁，秋季班上课将采取单人单桌、小班教学的模式。除了在课程方面的准备安排外，我们还部署了返校教职工的核酸检测工作，以及强化对学生个人防护教育

指导。正常上课后，无关人员将一律不准进校，教师、学生、家长进来都需要核验身份和检测体温。”巨人教育市场部工作人员白雪介绍了对秋季学期的复课防疫部署工作。

## 推出多类低价体验课

在这半年线下课程停课的时间里，不少机构被迫转向线上教学，多数家长也开始接受在线教育的新模式。既要应对市场上同类培训机构的虎视眈眈，又要面临在线教育这一“新生事物”的挑战，今年的秋季课招生对于即将复课的线下机构而言压力骤增。

值得注意的是，与往年相比，今年的线下培训机构突然推出了多款线下低价体验课。北京商报记者从大众点评发现，包括精锐教育、高思教育、新东方、学而思等在内的北京知名线下教培机构都推出了价格低至1元起的体验课，并涵盖多个学科。

新东方北京校区工作人员表示，目前新东方推出了66元的一小时线上咨询课程，老师可为学生提供一对一的课程选择指导服务，做好暑期和秋季学期的衔接；巨人教育的低价体验课分为线上上课和开班试听两种，也会在周末举办体验课、讲座之类

的文化活动，帮助家长和学生熟悉课程。

目前8月正接近尾声，在暑期和秋季学期期间出现了短暂的空档，为了帮助学生和家长快速加深对课程的了解，扩大招生规模，加码秋季学期，王立表示，线下体验课的做法是线下培训机构很早就开始探索的一种常见模式。今年的不同之处就在于之前的暑假时间都比较大，机构会推出相应的低价班。但今年留给教培机构的暑期时间大大压缩，如果仍按照过去暑期的规划打造体验班，就会影响秋季班的招生进度，造成时间拖后，所以今年的体验课时间会缩短。目前还有一些家长在观望，等待秋季学期线下机构开学的消息，所以一些体验课和秋招的工作会后推迟一些。”

## 头部机构抢食忙

在疫情的冲击下，教培机构的头部企业体现出了更强的资源调配和抗风险能力。更多的市场份额将向资金链强劲的品牌连锁教培机构倾斜，这样的市场局面不仅让小机构入局困难，也让大机构的厮杀日益激烈，如何利用现有的有效资源，实现秋季招生规模和收入的最大化，成为头部教培机构面临的共性问题。

不管是机构名师、人性化服务，抑或是教培品牌、OMO的课程模式，在多个维度的实践都需要机构仔细打磨。一位在某机构负责小学英语教学的老师刘鹏谈道：“我所在的机构在疫情期间快速转型线上，并针对线上线下不同的特点进行了授课方式调整，帮助我们度过了整个停摆期。”

7月15日，国家发改委等13个部门联合发布《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》，提出积极探索线上服务新模式，大力发展融合化在线教育。构建线上线下教育常态化融合发展机制，形成良性互动格局。”

今年6月，精锐教育旗下的精锐在线特别推出了精锐在线直播课、精锐在线1对1、精锐在线国际教育和精锐在线少儿四大板块，加速布局线上。精锐教育集团董事长张熙曾指出，OMO线上线下一体化已经成为教育行业发展的主旋律。

蓝象资本创始合伙人宁柏宇认为，教培业和餐饮业在一定程度上存在相似性，目前“90后”的新家长对教培消费体验的要求和过去是不同的，他们希望能有更好的交付体验、更好的区域体验。教培业存在线下消费服务升级的新机会。

北京商报记者 程铭劼 实习记者 赵博宇