

全国1.76万块银幕上座率仅有15%

影院如何盘活大量空置资源

国家新闻出版广电总局相关负责人透露,截至11月25日,城市影院银幕总数已达1.76万块,而与之形成鲜明对比的是,全国电影院平均上座率仅有15%。在如今的市场背景下,如果影院只是通过打折促销的途径来吸引观众,显然效果不会好。那么,除了从根本上提升影片质量,大量的空置资源究竟该如何盘活?



方式一

放映艺术电影 填补非黄金时段

一直以来,艺术电影给人的印象往往与“小众”一词密不可分,正因如此,艺术电影在全国放映时的平均上座率要普遍高于商业电影15%的平均水平。“后窗放映”艺术电影放映计划创始人之一、天画画天文化传媒有限公司总经理杨城告诉北京商报记者:“虽然现阶段我们并没有进行详细的统计,但根据全国各地影院经理给予我们的反馈来看,艺术电影的全国平均上座率至少在20%以上。”

以后窗放映为例,该计划已经同全国一线及省会城市的30家电影院建立起了合作关系,杨城解释道:“由于现阶段院线的空置率主要还是体现在非黄金时间段的场次上,而放映艺术电影是把些场次利用起来的有效途径。接下来,我们还将通过主题影展、艺术电影节等活动的策划,吸引更多的人对艺术电影产生兴趣,走进影院。”据了解,目前后窗放映的主要收入途径来自于票房,影院则采取与商业电影相同的分账模式,获得票房分成所产生的收益。

万达院线相关负责人李先生向北京商报记者表示,通常情况,周末和晚上7时以后是影院上座率较为集中的时间段,除此之外,影院有大量的时间其实都属于非黄金时间段,“如果能将这些时间利用起来进行艺术电影的放映,通过协助推广等方式的深度合作最终分得票房,而非简单的银幕租赁关系,相信会在一定程度上对

影院的经营起到推动作用”。

方式二

主题化运营 深挖细分市场

在保利影业投资有限公司公共事业部总监刘建峰看来,随着院线间竞争的日益激烈,越来越多的资本涌向电影市场,个性化、差异化经营将成为未来影院发展的必经之路。

如今,除了像万达院线、保利院线、大地院线这类已经形成品牌并在全国形成连锁经营的院线以外,也出现了一批能够满足不同人群需求的“私人电影院”。除了像“橙”CINEMAS专门为高端客户定制的“会所式私人影院”、针对情侣而设的i-Movie摩威秀影城,还有受到日本主题KTV启发所开设的主题化布置的电影院。这类影院的悄然兴起,为提升二三线城市影院观众的消费热情提供了新思路。

以河北省盐山县凤凰影院为例,2012年9月2日正式开始投入使用至今已经一年的时间,经营状况一直不尽如人意。观众在持卡观影时,哪怕电影票价已经低至20元,但还是难以使得影院的上座率有所提升。多年从事影院营销策划工作的王铎向北京商报记者表示,在通过打折、促销等方式吸引观众依然无果的情况下,影院就应该尝试通过其他途径来提升上座率,“例如借鉴如今‘私人影院’的模式,通过影厅的主题化改造、装饰等途径,让顾客体验到不一样的观影感受”。

此外,一些老影院也可以结合自身的特点,通过提供个性化的定制服务,来重

新激活空置资源的商业价值。以上海的衡山电影院为例,这家影院是座独立建筑,影院周边有草坪和特色餐饮,闹中取静,非常具有老上海的味道,如今这里已经成为情侣约会的首选影院。而为了满足顾客的消费需求,这家影院还可以为情侣提供求婚服务。

方式三

跨界放映专场 吸引不同观众

说到盘活影院空置资源的有效途径,北京新影联院线总经理黄群飞表示,随着影院放映设备及技术的不断提升,跨界放映也可以成为影院增加收入的一项补充

途径。所谓跨界放映,就是在电影院中直播球赛、音乐会等。

其实,在海外早已有多个国家尝试过在电影院中进行跨界放映。资料显示,2004年,美国国家娱乐公司就开始在影院直播体育赛事。而在法国,约有百余家影院会不定期地向公众提供足球比赛、古典舞蹈、摇滚音乐会等直播业务。而今年,日本KDDI与AEON ENTERTAINMENT株式会社也正式宣布,双方将合作推出在电影院直播现场音乐会的新服务。即便是一票难求的现场音乐会,乐迷们也可以通过电影院的大屏幕和5.1声道享受到亲临现场般的效果。而在电影院欣赏直播音乐会的门票价格,仅为现场售票的一半左右。

无独有偶,今年7月,长春万达影城重庆路万达广场店联合当地广播电台,通过影音播放设备,把“雅尼音乐会”原封不动地搬到了影院内的大银幕上。5.1声道的超级音响让观众身临其境地感受到音乐会的魅力。

王铎表示,影院里的跨界放映虽然在国外早已不是什么新鲜事,但是对于国内的观众来说,还需要一定时间的市场培育期,“这种放映模式的好处就体现在为影院增加收入的同时,也可以很好地培养观众的观影习惯、扩大消费人群。比如球迷、乐迷在经历过几次特殊的观影体验后,会逐渐对在影院内观影形成习惯,这为影院储备潜在消费群体提供了便利条件”。

北京商报记者 卢扬

业内观点

院线面临大浪淘沙整合过程

在说到目前全国影院的平均上座率仅为15%这一现象时,北京新影联院线总经理黄群飞向北京商报记者分析认为:“关于影院空置率高这一难题,并非只有国内的电影院才需要面对。即便是在电影市场发展最为发达的美国,也同样需要通过各种途径来不断提升影院上座率。而这一现象,之所以在现阶段看来如此令人震惊,主要还是由于近两年来城市影院建设的发展速度过快,超过观影人次

增长的速度所致。然而想从根本上解决这个问题,还在于影片质量的提升,影院盈利就需要靠片发展。”

保利影业投资有限公司公共事业部总监刘建峰坦言:“国内电影市场一直处于快速发展的状态,但就影院建设来说,盲目的市场扩张导致投资预期已经没有几年前那样高。未来2-3年内,全国院线都将迎来大浪淘沙的整合过程,竞争力较弱的影院势必会被市场淘汰。”

我国文化企业去年实施海外并购项目457个 交易金额434亿美元

媒体影视成文化企业“走出去”热门投资领域

第十二届中国企业实施“走出去”战略论坛暨海外项目发布近日在京揭幕。来自中国、美国、俄罗斯、加拿大、法国、日本及中国香港、中国澳门等国家和地区的400多位企业代表进行了一系列海外项目的洽谈,并最终达成172.52亿美元的战略合作协议。值得注意的是,随着国内文化创意产业的快速发展,除了能源、装备制造、交通等传统领域以外,文化产业领域的海外项目合作在近两年逐步增多。

美国驻华大使馆商务公使威廉·蔡瑞德表示,中国企业在美投资的累计金额已从2000年的几乎为零猛增到2011年底的近175亿美元,去年中国投资额达到了65

亿美元,“相关数据显示,仅今年前三季度,中国企业在美交易额已经达到120亿美元,相信今年还有新的突破”。随着投资额的不断攀升,中国企业在美投资的领域也开始变得更为广泛,如媒体、电影等都成为近两年的热门投资领域。

随着IPO开闸在即,多家文化企业上市潮有望卷土重来。据业内人士分析称,今年以来,包括华谊兄弟、华策影视在内的多家影视企业频繁在国内发起多轮的并购,也是在为未来实施海外并购而储备能量。

据商务部对外投资和经济合作司商务参赞陈林透露,去年,国内企业共实施海外并购项目457个,实际交易金额434亿

美元。其中,排名前10的中国企业海外并购案平均交易金额达到23.3亿美元。

陈林强调:“在中国企业积极布局海外市场的同时,我们也应注意到海外并购是一项复杂的跨境市场经济活动,制约成功的因素较多,特别是我国企业开展跨国并购面临的困难与风险要大于其他国家企业。一方面,由于社会制度文化、经济模式间的差异,中国企业在资源和战略性新兴产业实现实施海外并购时,常常会受到一些国家利用安全审查和反垄断审查等方式设置障碍;另一方面,与海外大型跨国公司相比,我国企业在跨国经营和企业整合等方面仍存在较大差距,特别是我国企业的并购对象多属于跨境的企业,并购

最终能否成功,往往取决于我国企业能否将并购对象成功整合到产业链中,充分利用其潜在价值。”

在业内人士看来,跨国并购后如何将资源进行有效整合也是一个不容忽视的重要问题。陈林对此表示,由于员工间个人价值观、行为习惯、文化背景的不同,很容易在日后的工作中发生冲突,从我国企业实施海外并购过程看,被并购企业员工及当地媒体、投资者甚至工会,常会对中国企业文化持有怀疑和偏见,再加上我国跨国并购专业中介机构发展薄弱,都使得国内企业在进行海外并购时面临着许多挑战。

北京商报记者 卢扬