

1亿消费券之外：电影市场还需要什么

对观众购票费用予以补贴

为促进电影消费、加快电影市场恢复，2022年电影惠民消费季计划于8-10月展开，并以“爱电影·爱生活”为口号，统筹推进务实多样的惠民利企电影消费促进措施，优化消费供给、释放消费潜力，发挥电影消费对电影产业循环的牵引带动作用，满足广大观众观影需求，从而促进电影市场持续恢复。

在多项举措中，对购票费用予以补贴成为观众们的重点关注领域。按照《通知》要求，在2022年电影惠民消费季期间将发放观影消费券，联合猫眼、淘票票、抖音等电影票务平台，发放1亿元观影消费券，设立“爱电影·爱生活”2022年电影惠民消费季专区专栏。同时，鼓励电影出品、发行单位积极投放优质影片进入市场，推动更多新片加快上映，积极开展路演直播、主创连线等线上线下融合的影片宣介活动，进一步提高宣传覆盖面和消费转化率，吸引更多观众走进影院观影。

《通知》强调，各级电影主管部门要进一步增强责任感紧迫感，抓住电影消费市场进入暑期档、国庆档的有利时机，积极组织当地电影企业、电商平台、媒体单位参与电影消费季，促成跨行业、跨领域合作，用好用足本地

电影市场迎来新的促消费政策利好。8月11日，国家电影局发布《关于开展2022年电影惠民消费季的通知》（以下简称《通知》），计划在8-10月开展2022年电影惠民消费季，联合猫眼、淘票票、抖音等电影票务平台发放1亿元观影消费券，同时鼓励电影出品、发行单位积极投放优质影片进入市场，丰富影片供给。随着内容端、消费端的同时发力，电影市场有望进一步稳定发展。

资源，将电影消费促进措施纳入本地消费品牌活动，确保各项措施落地见效。

发挥档期效应拉动市场

从此次2022年电影惠民消费季的开展时间可以看出，包括暑期档和国庆档两个热门档期均包含在内，在业内人士看来，利用档期效应再结合促消费措施，有望更好地激发观影欲望。

据灯塔专业版显示，截至8月11日19时，2022年暑期档累计票房（含预售）已超过71亿元，《独行月球》《明日战记》等影片票房持续

增长。而在8月剩余时间内，《猎屠》漫长的告白《断·桥》等22部影片还将相继上映，且多部影片的海票票房想看人数已过万。

《通知》强调，坚持系统谋划、重点推进，充分发挥暑期、国庆两个热门档期对电影消费市场的整体拉动效应，实现电影消费促进措施协同协调、重点突出，推动优质影片取得社会效益和经济效益双丰收。坚持惠及当下、立足长远，既积极应对当前疫情影响，促进消费更快恢复，稳住电影市场主体，又推动电影消费促进政策制度不断创新，为建立与电影强国相适应的高水平电影市场提供坚实支撑。坚持底线思维、统筹兼顾，将统筹发展和

安全贯穿于电影消费各环节和全过程，严抓疫情防控，严守安全底线。

“热门档期之所以能够形成一方面是观众基于时间等因素的影响，能产生较平时更强的观影欲望，另一方面则是档期内重磅影片的上映进一步拉动观影欲望，此次结合消费券的发放，通过内容端与消费端的共同发力，有望实现更强的带动效果。”影评人刘贺如是说。

挖掘农村消费潜力

不言而喻，发放观影消费券将从消费端激发观众的观影欲望，而在此次《通知》中，除

了提及激发消费热情，挖掘农村消费潜力也被重点提及，并明确要继续大力扶持乡镇影院建设和运营，提升观影体验和服务质量，结合农村特色节庆活动，组织开展乡村电影消费促进活动。

值得注意的是，近年来，国内在加强农村观影服务上不断发力。《“十四五”中国电影发展规划》（以下简称《规划》）在发展目标中就曾明确表明，要实现城乡电影公共服务体系一体建设有力推进，乡镇影院加快发展，农村电影放映优化升级，电影公共服务覆盖范围有效扩大，服务质量和水平稳步提高。

而在具体措施上，《规划》则指出要加快乡镇影院建设，重点扶持人口较为密集、对周边具有辐射影响、经济实力较强的乡镇，所建影院放映厅应达到2个以上，座位数合计不少于100个，安装使用2K以上数字放映设备，且加入城市电影院线。此外，培育具备市场运作能力、资源整合能力、抗风险能力的农村院线，推动形成“公益+商业”的农村电影放映模式。

在刘贺看来，电影市场的发展不只是一要在二线城市布局，也要结合特定需求满足农村乡镇的观影需求，避免出现断档的情况，推动市场整体完善。

北京商报记者 郑蕊

热播、IPO、回A 这个夏天电视圈资本涌动

距离暑期结束还剩下20天，此时《苍兰诀》《欢乐颂3》等多部热门剧的出现，让剧集暑期档在最后的日子里愈发火热。北京商报记者据灯塔专业版数据不完全统计，截至8月11日，今年剧集暑期档有超百部作品开播，若加上后期定档于暑期的剧集，数量累计则达到约130部，背后潜藏了超200家公司。正当剧集相继亮相之时，近期柠萌影视的上市、回归A股的博纳影业启动申购，种种信号也让影业资本涌动起来。



2022年6月剧集全网正片播放市占率TOP5

《梦华录》	15.61%
《传家》	12.34%
《警察荣誉》	8.35%
《法医秦明之读心者》	5.35%
《说英雄谁是英雄》	4.74%

2022年7月剧集全网正片播放市占率TOP5

《幸福到万家》	20.24%
《星汉灿烂·月升沧海》	12.77%
《沉香如屑·沉香重华》	10.38%
《梦华录》	5.16%
《关于唐医生的一切》	4.84%

（数据来源：灯塔专业版）

热剧开播 市场升温

经过一年的等待，《欢乐颂3》于8月11日晚正式开播。消息一经发布，瞬间吸睛无数，不仅微博上“欢乐颂3今晚播”的话题实现单日阅读量破亿次，据灯塔舆情热度显示，《欢乐颂3》在8月11日16时还未开播时，就已登上单日剧集榜的第七位，与此前不少新开播剧集往往需要在开播后甚至是开播第二日才能登上榜单前列形成了反差。

《欢乐颂3》的登场无疑给剧集暑期档增添一把热火，前期多部已开播的热剧，也在持续为剧集暑期档积蓄着热度。

《苍兰诀》便是近期开播的另一部热播剧，据灯塔专业版，该剧全网正片播放市占率稳居每日剧集榜的前三位，并三次成为爱奇艺热度日冠。而在此前《沉香如屑·沉香重华》《星汉灿烂·月升沧海》《迷航昆仑墟》《天才基本法》等剧集，虽开播至今少则已有半月，多则超过一个月，但随着剧集内容的陆续更新，也一直保持着较高的热度，成为全网正片播放市占率及舆情热度两个榜单TOP3的常客。

在热剧的接连开播下，尽管当下剧集暑期档剩余时间不多，但反而显现出愈演愈热的趋势。另据北京商报记者不完全统计，若加上后期定档于暑期开播的作品，6-8月将累计有约130部剧集登场亮相，将剧集暑期档搅动起来。

幕后公司蓄力 连释利好信号

超百部剧集开播的背后，实则也是影视公司在幕后持续布局，不仅少不了优爱

腾芒这四家主要的视频平台，正午阳光、新丽传媒、幸福蓝海、猫眼娱乐等公司也将旗下作品投入暑期档，再加上其他尚未被市场熟知的公司，累计数量则超过200家。

新元智库创始人刘德良认为，虽然大量公司及剧集涌入暑期档，使得竞争环境显得有些拥挤，但暑期档用户规模较为可观。同时，上半年的外部环境因素，使剧集的生产和发行受到影响，部分剧集在前期积压，需要暑期档这个播出窗口。

正当剧集暑期档的热度渐渐被掀起，在一定程度上给人局公司注射一针强心剂时，近期接连两家影视公司在上市进程中迈进一步，则释放出更多信号。

就在8月10日，柠萌影视刚刚实现了上市目标，正式走进资本市场，紧跟着一天后，该公司备受关注的该剧《二十不惑2》便定档于8月17日开播，成为带起剧集暑期档的又一力量。与此同时，筹划回归A股的博纳影业也在拿到上市批文后，于8月9日开启申购，据发行公告，博纳影业本次公开发行股票总数约2.75亿股，并拟登陆深交所主板上市。

“剧集热度不仅从需求端证明了观众对于影视作品的观看欲望，也证明了优质的剧集在任何时候都能拥有空间与市场。而柠萌影视及博纳影业在上市进程中分别有新进展，则能提振市场对于影视行业的信心，推动后期进一步复苏与发展。”数字文创产业智库研究员李杰如是说。

资本广撒网 搅动下半年江湖

随着一大波新鲜剧集与观众见面，各方

资本也加紧布局，将处于升温状态的市场继续炒热。

从影视公司层面看，华策影视曾在财报中透露，有9部电视剧计划在下半年开机，同时投入新业务；幸福蓝海则在财报中提到，2022年重点做好《数风流人物》《人民警察》《星落凝成糖》等剧后期制作和发行工作，以及《张謇》等项目的筹备、拍摄工作，同时全力研发网络向内容产品，推动广电总局重点网络剧、省广电局重点项目《快乐村庄》（暂定名）以及《与敌共眠》《朱阑记》等网剧。

在各方接连布局之下，剧集市场也将涌现更多热门剧目。且此前，优爱腾芒几家大厂已率先透露了下半年剧集片单，不乏《三体》《县委大院》这样从开机就备受瞩目的作品，而上半年《开端》《重生之门》等小众剧集的热度，也让市场对多元化、多维度的剧集充满兴趣。尽管能否再有《人世间》《梦华录》等爆款剧集还未可知，但部分由热门IP改编，或主演由流量艺人担任的剧集，似乎已经预示着要成为“小爆款”。

投资人高嘉认为，在影视公司和视频平台的双重作用下，暑期档剧集又登上新的高峰，市场呈现出的高热还会持续下去。但打造下一部爆款剧集，吸引观众目光，还是要靠扎实的剧本。

此外，在刘德良看来，剧集的出圈密码很难界定，但符合时代大背景，建构起真实生活场景，通过讲述人物命运和鲜活故事的作品，能够唤起观众共鸣，从而让剧集热度水到渠成。同时，近年来悬疑推理等小众题材也在展现市场热度之时，让制作方看到更多可能。

北京商报记者 郑蕊 韩昕媛

船队接连复航 国际邮轮企业业绩集体向好

北京商报讯（记者 关子辰 张怡然）随着国际邮轮市场逐步复苏，邮轮巨头们的财务状况也有了大幅转变。截至8月11日，包括挪威邮轮、嘉年华、皇家加勒比等邮轮集团均发布了二季度业绩报告，从财报中可以看出，业绩明显好转。目前，各邮轮公司都在积极复航，其中皇家加勒比全部船队已经恢复运营，嘉年华邮轮船队23艘邮轮也已正式实现全部复航。在国际市场全面恢复的同时，巨头们也在积极准备随时迎接中国出境邮轮市场的重启，耐心等待市场开放。

8月9日，挪威邮轮公布了二季度及2022年上半年业绩报告，二季度的总营收从去年同期的440万美元增至11.9亿美元，净亏损收窄至5.093亿美元。上半年总营收17.1亿美元，去年同期为746.8万美元。净亏损14.92亿美元，同比去年有所收窄。

在挪威邮轮公布财报前，皇家加勒比、嘉年华集团也公布了二季度的财务情况。皇家加勒比二季度净亏损5亿美元，合每股亏损2.05美元，同上一季度相比均有明显好转。嘉年华集团二季度调整后净亏损18.7亿美元，收入环比增长近50%。

载客率方面，多家邮轮公司的财报均显示，消费者需求日益强劲，皇家加勒比二季度的总体载客率为82%，6月航次的载客率接近90%。挪威邮轮二季度载客率约为65%，符合其之前的目标，比上一季高出17个百分点。

皇家加勒比相关负责人表示：预计三季度我们的载客率将提升至95%，到年底将提升至三位数。目前消费者对邮轮的需求依然强烈，邮轮预订和船上消费呈现增长趋势。随着集团全部船队恢复运营，我们将实现强劲复苏。”

邮轮行业在此之前经历了一年多的停滞期，2021年下半年开始逐步复苏。今年5月以来，有多家国际邮轮公司已经实现了全面或八成以上复航。

今年5月，嘉年华集团旗下嘉年华邮轮公司Carnival Splendor宣布复航，至此，嘉年华邮轮的23艘邮轮全部复航。

进入6月，地中海音乐号时隔两年多在6月5日复航。至此，地中海邮轮公司旗下的19艘邮轮全部恢复运营。6月26日，皇家加勒比集团旗下精致游轮最后一艘复航游轮Celebrity Infinity顺利驶出，至此，皇家加勒比集团所有品牌63艘邮轮全部复航。

据不完全统计，今年6月份全球有365艘邮轮出航，停泊57.5万次，恢复运营的邮轮品牌从2020年11月的13个增至83个。地中海邮轮、皇家加勒比国际游轮、嘉年华邮轮和诺唯真游轮旗下所有邮轮全部复航。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏表示，国外邮轮旅游市场目前已经接近正常水平。各邮轮公司陆续复航后，人们压抑的出游需求也得以释放，邮轮载客率显著提升，市场也出现了较大反弹。

随着国际邮轮接连复航，国内邮轮市场的发展也牵动着业界的神经。

对于中国邮轮市场，皇家加勒比游轮亚洲区主席刘淄楠表示，在当前疫情环境下，虽然邮轮出境游还未在中国内地市场重启，但是皇家加勒比依然持续看好中国内地市场。一旦中国内地邮轮母港开放出境邮轮游，皇家加勒比也会持续派遣大船、新船继续服务中国游客。

谈及市场前景，皇家加勒比方面相关负责人表示：根据交通运输部规划院对2035年中国邮轮市场的发展规模预测，预计到2035年中国邮轮市场将达到1400万人次一年，入境外国游客420万人次一年。”

在沿海航线方面，招商维京游轮日前宣布恢复多条航线，并推出新航线助力邮轮市场复苏。据悉，招商维京游轮近日宣布推出包括往返厦门、途中探访舟山的5日、6日舟山人文之旅；往返深圳与上海的8日东南海岸文化之旅，该邮轮公司还宣布，9至11月，招商维京游轮共有5条航线。有业内专家提出，目前本土邮轮游发展势头喜人，也希望国际邮轮能进一步在中国市场复苏。

“随着市场复苏，邮轮旅游时如何防控疫情也变得至关重要。”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云说道：邮轮是相对密闭的空间，要在游客上船之前做好疫情防控的相关检验。”对此，皇家加勒比方面表示：船上配备了测温等健康动态检测系统、ICU病房、隔离区、密集追踪手段。一旦发现病例，邮轮上的系统可以有效防止疫情传播和暴发。”

谷慧敏也表示，若未来出境游能够放开，邮轮市场也会有较大增长。邮轮旅行是很受游客欢迎的一种旅游方式，在国内也有较大的需求量。未来邮轮市场会呈现多样化的趋势，会有内河邮轮、沿海邮轮以及国际邮轮等多种业态。邮轮市场的发展仍然值得期待。