

受之前疫情影响,电影行业进入了“寒冬期”。但最新一项调研报告显示,随着疫情逐渐向好,观众纷纷调高影院观影期待值——

电影行业在蛰伏中蓄势待发

A 线上线下观影将形成未来共同生态圈

《报告》显示,疫情初期,人们收入明显降低,大部分受访者对2020年线下消费持比较谨慎的态度,除“运动健身”外,六成左右受访者将减少用于“餐饮消费”“影院观影”“旅游外出”“演出展览”等方面的支出。其中影院观影支出的减少比例达59%。

虽然观众对线下的观影信心还没有恢复,但这并没有减少人们对观影的热情,线上观影受到了宅家抗疫的人们的青睐。为了满足人们的观影需求,提升



大家在家的观影体验,各大视频网站也应时而动,持续输出优质电影,并免费播放多部优质大片,使得各大视频网站流量上涨,迎来了流量红利期。据相关数据显示,受疫情影响,在这个最长、最宅的春节假期中,互联网日活跃用户规模、日均用户时长均创历史新高。其中,在线视频行业用户规模较平日上涨17.4%,日人均使用时长超过1.5小时。此外,为进一步满足人们在疫情期间的娱乐和文化需求,院线电影《囧妈》《肥龙过江》《大赢家》相继登陆视频网站播放,均收获不错的效果。

随着疫情逐渐向好,观众纷纷调高影院观影期待值。34%的受访者表示“非常期待”,38%表示“比较期待”,合计超过七成。说明影院观影仍具有较强的不可替代性,不会因为线上观影的发展,而取代影院观影需求。同时,从人群区分来看,男性观众尤其是年轻男性观众“非常期待”的比例更高,愿望更加迫切,这部分人群是影院复工后需要有针对性地首先拉动的消费群体。

对此,在中国影协分党组副书记、秘书长闫少非看来,“无论线上线下,都是电影产业整体链条中的一环,二者各具特色,各有优势。”

从产业发展宏观角度来看,二者应该是优势互补,共同构成完整生态圈,而不是各自为战,更不是对抗和冲突。实现二者的协调和统一,推动电影产业在网络技术日新月异的新形势、新语境下健康发展,有赖于更加扎实深入的资源协调和政策建构”。从长远看,随着互联网的进一步发展,院线电影与网络视听平台的界限将会被进一步打破,线上线下观影最终会形成一个完整的生态圈。

受到疫情影响,从生产制作到发行放映,电影全行业暂时停摆,让电影市场突然进入了“寒冬期”,给整个行业的发展带来了巨大的冲击。

一方面,春节档院线电影集体撤档,无论对于院线方、发行方还是制片方而言,都造成了巨大的经济损失。导演陈思诚坦言,本来《唐人街探案3》是春节档电影中预售最好的,但疫情突然打乱了节奏,好在疫情期间自己并没有停止创作,一直在做剧本。

另一方面,疫情之下,虽然所有剧组暂时停止拍摄,但一些剧组并未解散。有的剧组仍然需要承担已经搭建好的摄影场景费用、前期拍摄费用、停拍期间演职人员的食宿费用,对制片方来说,压力非常大。博纳影业董事长于冬透露,“疫情发生时,博纳影业正在筹备新片《冰雪长津湖》,已经准备了九个月,本来准备年初就开机,全部人马已经到位,但疫情一来只能全部停拍,1800人的剧组不得不滞留在丹东,当时直接经济损失就超过1.5亿元”。

尽管目前国内疫情防控形势逐渐好转,但是整个影视行业并没有全面复工复产。中国电影家协会分党组书记、驻会副主席张宏

发创作者的動力。陈思诚也认为:“不管怎么样,观众对好内容的需求是一如既往的,是不会变的。”此外,影院也要靠优质服务拉回观众,要以更高的视听体验和更好的服务水平,进一步发挥影院独有的优势。在闫少非看来,“院线电影在奇观呈现、观众共情、服务体验以及沉浸式的氛围营造等方面,其传统优势仍是不可替代的。所以,这些也一定是未来院线发挥优势必须着力提升的几个方面”。

此外,《报告》还显示,对于未来影院营业的期待,近六成受访者表示“肯定会去”观看“新上映且口碑好的电影”,近两成的受访者表示“肯定会去”观看重映的“经典国产电影”“经典外国电影”。这说明新片是拉动

今年年初,贺岁档电影集体撤档,影视剧组暂停拍摄……此次疫情让电影产业遭受重创。电影院从春节开始暂停营业,根据最新的疫情防控建议,人们手捧爆米花拥抱大银幕的日子,仍要继续等待。

近日,中国电影家协会联合猫眼研究院发布了《疫情影响下的电影行业发展对策研究——观众观影意愿调研报告》(以下简称《报告》),《报告》显示,随着影院停业时间渐次延长,观众回归影院的意愿表现出愈发强烈的增长趋势,可以预见一旦疫情解除,影院观影将迎来爆发式增长。

B 行业全面复工仍待时机



指出,“对于电影行业来说,所面对的挑战不仅是疫情防控,还有如何把控电影项目的有序推进、如何拉动观影、电影行业需要对现行生存模式做出怎样的反思与变革等,都是摆在从业者面前的难题”。如何让停摆了2个多月的电影行业重新走上正轨,恢复往日活力,需要整个行业勠力同心,共克时艰。于冬认为,“现在一定要把企业管理好、现金管理好,能够自救,尽快谋划下半年的复工复产。大家对影片的拍摄及复工复产要有信心,要对全国电影观众有信心,对优质的电影内容有信心,信心很重要”。

不过,对于恢复影院观影的时机,《报告》指出,由于世界疫情发展还处于上升期,国内新增病例虽然接近归零,但风险仍较大,同时各地疫情风险级别不同,但影院市场经营有统一性特点,如果没有足够的观众流量,开业损失将大于停业,甚至加速影院的迭代。因此,目前影院仍应坚持做好防疫应对准备,暂不营业,并结合观众心理的恢复继续保持观望。

相信电影行业经过一段时间的沉淀和调整,待全面复工复产后,定能蓄势待发。

影院消费的重要因素。如何安排协调延期改档的新片有序合理上映,合理有序安排优质新片入市,落实政策恢复片方信心,是主管部门与行业协会需要共同努力解决的首要问题。

在整个行业的共同努力之下,我们期待,更多反映时代、观照现实的精品力作会随之涌现,更多观众捧着爆米花走向影院的场景成为常态。

据新华网

C 电影院线需着力提升传统优势

当前,复工最大的问题是没有内容可放,仅仅靠几部复映影片是很难把观众拉回电影院的,更何况这些复映影片在视频网站上同样能看到。如果通过视频网站看电影更加便捷、更加安全、更加舒服的话,那么进电影院的意愿就会受到抑制。

对未来的消费者而言,怎样解除心理上的戒备,觉得走进电影院看电影是安全的,这是一个难题。其次,还要有足够的优质内容作支撑,这也是未来影院吸引观众的持久动力和关键所在。在万达影视集团总裁曾茂军眼中,电影是“内容为王”的产业,鼓励优质影片的创作,始终是电影行业的重中之重。“未来中国电影产业要逐步恢复,最核心的因素还是不断制作出优质产品。”曾茂军认为,疫情过后,相关管理部门不仅应对优质产品采取减免税费等优惠政策,而且应当通过设立专项基金等方式给予一定的奖励,借此恢复行业的信心、激

