

(上接第2版)

光线传媒的年报中披露了61个预计上映和预计制作的电影项目。其中,《新秩序》和《我们的样子像极了爱情》分别定档7月8日和8月4日,而《深海》、《扫黑·拨云见日》、《茶啊二中》、《冲出地球》、《至于苦难和阳光之间》等光线传媒主投的影片正在制作或筹备上映当中。

值得一提的是,出品过《大鱼海棠》、《哪吒之魔童降世》和《姜子牙》的光线传媒继续在动漫项目上的投入。报告中预计,2022年内其动画电影上映数量有望创造历年之最,《深海》和《茶啊二中》已经拍竣,而《哪吒2》、《西游记之大圣闹天宫》、《姜子牙2》、《大鱼海棠2》、《凤凰》、《最后的魁拔》、《八仙过大海》、《大理寺日志》、《相思》、《小倩》、《朔风》等

动画电影也在有条不紊地推进中。

总体看来,中影股份和光线传媒项目储备较为深厚,相比之下其他各家公司的项目存量和内容储备则稍显单薄,除了资金问题导致的项目延期外,疫情反复导致电影拍摄制作进度被打乱,拍摄制作周期进一步拉长,上映计划不确定性增加也是重要原因。

在万达电影的财报中,2022年“将聚焦六大系列重点影片的开发和制作”。其中合家欢系列《哥,你好》,主旋律系列《你是我的春天》、《维和防暴队》,科幻系列《外太空的莫扎特》、《鬼吹灯天星术》,情感青春系列《想见你》,悬疑剧情系列《寻她》以及亲子动画系列《海底小纵队2》等影片已基本制作完成,将根

据市场情况择机上映。

在幸福蓝海的计划中,将继续推进《七乘七》(原名《昆仑决》)、《再见达瓦希里》(原名《老伙计》)两个主控电影项目。

华策影视主投主控的《寻秦记》、《万里归途》(原名《翻译官》)、《我的朋友安德烈》等3部影片预计将于2022年第四季度上映,《我要和你在一起》预计年内上映;其协助推广的进口影片《名侦探柯南:万圣节的新娘》、《银魂: The Final》、《小马宝莉》也在推进中,预计年内上映。

猫眼娱乐在报告中表示,目前已参与的未上映影片超过50部,另有《被害人》、《检察风云》、《学爸》、《危机航线》、《金手指》、《人生会议》、《新纵横四海》等处于各阶段的自主

开发项目超过20部。

在华谊兄弟的报告中,管虎导演的《狗阵》、陆川导演的《749局》等均已杀青进入后期制作阶段,郭帆导演的《流浪地球2》,郭帆监制、孔大山导演的《宇宙探索编辑部》也在不同程度地推进中。此外,陈正道、许肇任导演的《爱很美味》,田羽生导演的《英年早婚》以及《网中人》、《平行任务》、《去你的时间尽头》、《余生皆婚礼》、《少年火箭》等多个项目正在筹备开机。

“后疫情时代”档期效应更加明显,重要档期竞争激烈,影片票房两极化加剧,除少数头部电影能取得较高票房之外,其他影片票房想达到原有预期难度加大。从财报中可以看出,《流浪地球2》、《中国乒乓》、

《外太空的莫扎特》、《宇宙探索编辑部》等优质项目得到了多个大公司的垂青。与此同时,非档期市场放映空间大,影片供给相对不足,如何高效利用非档期放映空间,巧用营销找准细分受众群,还需要电影从业者们进一步思考和尝试。

电影作为一种注意力经济,头部作品市场号召力强大是必然现象,但从年报中可以看出,各大公司依然在坚持多类型、差异化的影片创作,随着影院建设的稳步推荐和发行放映渠道的差异化发展,各种体量和规模的影片都有望获得足够的市场空间。2022年,随着疫情防控的逐渐稳定,期待业内储备的项目能给观众和市场带来惊喜。

◎ 影院建设步伐稳健 控制成本、优化效率成行业共识

影院是电影行业和观众接触最为紧密的环节,也是疫情影响下,电影产业受到冲击最为直接的环节。

到了2021年底,全国影院数量达82248块、院线51条,其中1000家以上影院规模的院线有广东大地和中影数字两条,500家-1000家影院规模院线有中影南方、万达院线、北京红鲤鱼、上海联和以及幸福蓝海5条。

在影投公司方面,来自艺恩的数据显示:截至2021年底,全国共有影投公司573家,较2020年减少11家,部分影投退出市场,前十位影投市场占有率47.0%,集中度回升。影投票房体量缩水明显,2021年票房1亿元以上的影投数量40家,较2019年减少31家。

相关财报中,各家影企也公布了2021年全年和2022年第一季度在影院方面的经营现状,行业头部企业依然保持着在影院方面的投入力度。此外,报告还披露了各家公司在院线

发展方面的未来规划,在经营持续承压的大背景下,如何控制成本、优化效率成为行业共识。

2021年,中影股份新开业控股影院7家,新增银幕59块,关停影院9家。下属控股院线合计新加盟影院187家,新增银幕1314块。2022年一季度,中影股份未新开业控股影院,关停影院1家。截至2022年3月31日,中影股份拥有营业控股影院共137家,银幕1037块,旗下控股院线和控股影院合计覆盖全国20847块银幕。

2021年,上影股份新开业直营影院1家,新增银幕数9块,关停直营影院2家。旗下联和院线新增加盟影院103家,新增银幕686块。截至2022年第一季度末,上影股份共有直营影院“SFC上影影城”53家,银幕385块。联和院线共拥有加盟影院748家,银幕4794块。

万达电影在2021年新开业自营

影院61家,关停影院9家。轻资产方面,全年完成意向签约影院约200家,新开业45家。截至2022年3月31日,万达在国内拥有已开业影院800家、6816块银幕,其中直营影院707家、6135块银幕,轻资产影院93家、681块银幕。

横店影视2021年新开34家影院,新增银幕217块;关停影院15家,银幕数88块。2022年第一季度,新开直营影院21家,新增银幕139块,同期关停影院3家,银幕21块。截至报告期末,横店影视共拥有已开业直营影院412家、银幕2610块,共拥有加盟影院81家、银幕467块。

此外,幸福蓝海在2021年新增签约影城项目23个、129张银幕(含乡镇影城项目9个),金逸影视在2021年新开业直营影城12家。

疫情使影城经营面临较大压力,各大公司都将控制经营成本,提高运营效率作为未来经营的重要目标。

万达电影面对“后疫情时代”的行业变化和经营压力,选择进一步加强成本控制,持续与影院业主商谈优化租金、物业费商务条件,旗下多数影院增加“影院因疫情停业期间免收租金”等条款,同时还在优化人力成本、采购成本和建设成本,节能降耗。

横店影视则在2020年疫情暴发时已要求其下属影院争取房租减免及商业模式的重新签订,从以保底为主调整为以分账模式为主,与业主共担经营风险。同时,横店影视还考虑在进行自营影院拓展的同时展开对外的收购整合。

其公告中表示:“自营方面,公司会按照既定的计划新建影院,目前公司已经与多家大型地产开发公司、商业管理公司合作,项目储备会增加。收购方面,公司也希望能够实现突破。疫情后行业整合趋势比较明显,也有中小公司希望并到大型公司中,

收购价格的谈判空间比之前大了很多,成本控制、经营压力会小很多。”

金逸影视也在公告中表示,会在影院项目的选择上更为谨慎,对部分评估回收期偏长的影城不再进行投资,在项目设置上优先以一、二线城市或以优质的商圈项目为主,并加大与知名商业品牌的强强联手,从而减少新开业影城票房体量不稳定性。

在未来,电影放映端市场依然被各大公司看好,多家企业都在财报中表示将继续推进影院建设。

金逸影视在2022年拟新增影城15家;幸福蓝海2022年计划新建影城项目28个,共计160块银幕,其中9个乡镇影院项目;万达电影计划新建40-50家影院,同时计划新开业50-60家轻资产影院;横店影视提出将力争完成签约项目50个的目标,并表示主攻地级以上项目。

◎ 引入创新运营模式 培养青年后备人才

面对疫情的不确定性,影视公司也在纷纷寻找新的业绩增长点,积极响应消费场景升级的需求,引入创新运营模式。

中影股份在年报中称,2022年将积极参与首都建设,融合电影文化和旅游经济,开创新业态。同时致力开拓创新,围绕主营业务孵化新业务、新产品,促进成果转化。

上影股份表示将大力推进“电影党课”项目的创新升级,延续电影党课品牌,打造新型线下党建活动产品,增加沉浸式电影党课内容及多品类红色资源的导入,力争于2022年将电影党课活动做到内容最丰富、形式最多样。

万达电影在年报中表示2022年将在三方面发力:继续做好“侏罗纪世界”全国巡展的选址和拓展,挖掘更多海内外的优质IP;加大力度拓展“万影寻踪剧本杀”、“光影剧本杀”等业务;继续推动多功能影厅的拓展,在影院内引进新业态,在为消费者提供更丰富的电影院体验内容的同时为影院引流,拓宽多元化收入。

金逸影视的思路是打造复合式餐饮,延长顾客在影院的时长及次数,打破票房营收天花板,强化社交场景,为餐饮利润带来更高营收。2022年计划精选4家影城推动“讲食天地-港式餐厅”项目。同时计划再

联合开设20家YOOOOSHOP衍生品手办店。同时,其他的门店还将全部通过使用无人售卖模式或设立专卖货架的方式设置衍生品手办销售空间。通过把“电影档期+法定节假日档期+动漫潮Cosplay作品展”有机结合,为提供顾客全新观影前后体验,促进新零售产品品项的消费。

与此同时,业内各大公司对于青年人才的重视也体现在了年报之中。中影股份、万达电影的青年人才培养计划都起到了不错效果,横店影视和金逸影视也都在人才培养上有相关动作。

2021年,中影股份通过“中影青年电影人计划”对近千个项目开展

专业评估,与数百位创作者探讨沟通,最终选拔出3部原创电影项目开发启动,2部电影进入投产程序,同时签下了多位青年编剧、导演,并为其提供扶持,还举办了首届“海浪新力量电影计划”,为青年创作者与电影企业、资深电影人搭建交流平台。

万达影视的“菁英+”电影人计划也在挖掘和培养新生力量,截至2021年底共签约6名新导演和65位新编剧,已孵化包括《过春天》、《我们四重奏》、《宇宙探索编辑部》、《寻她》等多部电影。

金逸影视在年报中提到,2022年将从平台便利性、内容自制性、运营完整性三大关键性方面开展线上培

训体系,线上培训课程更多以“专业的实操视频、案例、工作经验分享及领导力培养”为主要载体,并结合课后跟进完成率,同时对于人才梯队人选会结合线下重点培训,通过线上线下混合式学习,来快速提升潜力人员的能力及加强人次梯度建设。

横店影视也在年报中表示将以“积蓄人力资本、完善人事体系、优化薪酬激励”为目标,完善人力资源梯队、建立素质胜任力模型、优化薪酬激励,培养和吸纳英才,不断优化人才结构。