

中影 CINITY 参加 CinemaS 主题论坛 探讨科技与内容的“融合创新” 赋能电影全产业链的持续健康发展

6月13日,中影 CINITY 参加上海国际电影论坛暨展览会(以下简称 CinemaS)主题论坛,中影科技执行董事、中影 CINITY 总经理边巍作为论坛主持人,围绕科技与内容的“融合创新”如何赋能电影全产业链的健康发展话题,与中数发展副总经理、中影发行副总经理马惟和上海星轶影院管理有限公司董事、首席投资官王辉展开了讨论。来自全国各地的影投、院线、相关企业等 200 余位专业观众参加了该论坛。



◎ 开源多元化创新内容供给 满足不同垂类观众的差异化需求

随着电影市场的逐步复苏,影院面临观众持续离场的压力,一些行业潜在问题开始显现,尤其是内容供给的不足,影院排片内容的同质化严重。为此,中影开始探索预约放映和直播等新型影院内容模式。中数发展副总经理、中影发行副总经理马惟说:“我们希望将大市

场拆分为小市场,深挖更加细分的垂类用户群体,提供丰富、创新的多元化内容,满足不同观众的差异化观影需求,达到内容与观众的双向奔赴效果。”

马惟还分享了中影与央视总台、国家话剧院、国家大剧院、英国 BBC 公司等非电影行业的优秀院团、

龙头企业的深度合作,将一些非电影类内容在影院用最好的视觉效果呈现出来,对观众产生了极大吸引力。此前中影预约放映在全国 CINITY、CINITY LED 等影厅举办了春晚公益直播放映活动、六一主题影院直播公益活动等多场直播活动。

马惟表示,为了更好地满足 C 端

和 B 端用户对于内容向的需求,中影推出了综合业务服务平台。一方面,对于电影项目进行升级和扩容,把一些新片和经典老片安排预约放映;另一方面,将更多的话剧、音乐会、歌剧以直播的形式在影院进行小范围的尝试。通过中影综合业务服务平台,预约放映和直播内容可

以精准、实时地分发到影院,完成对应的放映。

此外,马惟补充道:“我们在发行的时候会关注 LED 对于观众的吸引力和购买决策的影响,高新技术格式和 LED 放映为国内外优秀电影作品的引进和输出提供了更好的展示平台,促进了国际文化交流。”

◎ 建造特殊厅提升观众的观影体验 优化影院运营的灵活性和效率

根据拓普数据发布的《2024年五一档中国电影市场研究报告》,今年五一档,占在映总银幕数 12.3% 的特殊厅贡献大盘总票房的 19%,同比增长 0.8 个百分点。上海星轶影院管理

有限公司董事、首席投资官王辉在讨论中表示设置特殊厅的影院整体票房会更好,除了这类影院定位中高端,装修风格和环境更为舒适之外,观众在特殊厅观影的视觉和声音效果都会更

好,通过少量溢价就能获得 2 个小时优质观影体验,往往让观众觉得物超所值,对影院品牌的喜爱度和忠诚度大大提升,良好的观众口碑也将对影院票房起到拉动作用。

王辉还提到了 LED 影厅的放映优势为影院的多元化运营带来了灵活性。例如,在直播音乐会或者演唱会等互动性较强的演出时,LED 放映能够带给观众更舒适、更具社交属性的

体验,影院的运营效率也同步得到提升。同时,影院也在针对不同的粉丝群体拓展垂直化运营,将更多的内容放置在影院空间中,创新影院多元场景,打造文化娱乐消费综合体。

◎ 打造融合放映、内容与运营的电影品牌 实现观影群体的“破圈”

谈到 LED,中影科技执行董事、中影 CINITY 总经理边巍表达了自己

的观点:“中影科技板块以打造中国电影新质生产力为目标,秉承‘高科技、高质量、高效能’的基本要求,主要是围绕高格式电影发展,而 LED 放

映目前的定位是高格式电影的中心。我们认为 LED 不仅是一块屏幕,

需要在基础上实现科技与内容的融合创新,从前端开发摄影机拍摄专属内容,到制作专属版本,再到最终放映。为此,CINITY LED 在走一条标准化的发展路线,通过创立企业标准实现规范化发展,打造一条可持续发展的高格式电影产业链。”

最后,边巍总结说:“我们的规划是未来能够与片方、影院联动。从内容的角度,我们会制作更多 CINITY/CINITY LED 版本的专属内容给到影院,从宣传的角度来说,我们希望与影院做更深入的互动,为影院提供更多运营层面的支持,包括提供专属海报、片花,定制专门的影迷活动等等,构建从片方、放映到影院经营方整体联合的融合创新,打造一个融合放映、内容与运营的电影品牌,进而影响更多领域的群体,为影院带来储备用户,实现观影群体的破圈。”

未来,中影 CINITY 将团结凝聚行业各方优势力量,融合创新,合力推动电影产业的持续健康发展。

