

(上接第4版)

◎ 差异化发行稳步推进 业态融合成影院发展新方向



“节流”策略仅能暂时缓解财务压力,若要根本解决经营上的问题,还需寻求“开源”之道。

目前,国内影院分布仍相对集中,特别是在人流密集的区域,两公里范围内出现三四家影院的情形并不罕见。这些影院大多发行合同一样、上片时间一样、分账比例一样、最低票价一样,高度的同质化加剧了行业竞争。2024年全国影院的平均上座率为5.8%,与上一年度相比降幅明显。市

场亟需差异化的内容供应和多元化的经营策略。

年内,不少院线和影院响应主管部门分众、分线、差异化发行的号召,通过加盟艺术院线、设立特色影厅、策划各类影展等方式,逐步打破传统放映模式局限,探索新的运营和营利模式。

2024年暑期,“2024国家大剧院国际歌剧电影展”走进了全国24座城市的300余家放映单位,将中外知名艺术

机构拍摄制作的歌剧电影、京剧电影、数字戏剧、音乐纪录片等14部影片带给全国各地观众。此次影展采取“预约放映”的购票方式,截至7月31日,总观影人数超过1.5万人。

11月23日,在上海电影制片厂成立75周年纪念活动上,上海影城SHO的3号厅揭牌为“经典影厅”,该影厅不仅放映上影经典影片、4K修复电影等,也会定期举办导演导赏、映后交流等活动。

2024年12月27日至2025年1月1日,“京味影片贺岁展映”将《瞧这一家子》《北京小姐》《甲方乙方》《不见不散》《没完没了》《猫鼠鼠胆》和《发小儿万岁》等7部北京出品的现实题材影片在北京市东城、西城、朝阳、海淀4区的8家首都之星艺术影厅联盟加盟影院进行44场放映,也吸引了不少观众。

此外,不少从业者在《“十四五”中国电影发展规划》提出的“建设高水平电影市场体系”精神相关指导下,积极适应消费环境的变迁,紧密贴合观众需求,适时推出定制服务,持续开发和完善新型电影消费模式,让电影院转变成了融合多种娱乐形式的综合性场所。

2024年巴黎奥运会期间,中影与中央广播电视总台合作,在全国范围内符合直播放映条件的数百家影城进行总台2024年巴黎奥运会电视节目影院直播,让“影院看奥运”成为不少观众的选择。

数据显示,全国累计有800余家影院参与了奥运会电视节目影院直播活动,共计放映2300余场,观看总人次达5.5万人。这是全国首次实现奥运会赛事电视节目的影院直播放映,不仅给观众带来沉浸式享受,也让影院增加了票房收入。

2024年11月2日,万达与IMAX合作,实现了《英雄联盟》S14全球总决赛的全球首次IMAX电竞赛事直播。上海地区共有五家门店参与此次直播活动,门票一经推出即告售罄,即便是额外增加的普通影厅,座位也迅速被抢购一空。购票观众主要为年轻人群,展现了多元化内容供给在开辟影院收

益新途径上的显著推动作用。

还有不少电影院在“影院+”等融合业态进行探索。杭州市的浙影时代影城(西湖文化广场店)是浙江省票房规模最大、影厅数量最多、占地面积最广的影城,2024年共接待影迷46.93万人次。当年11月,该影院开设了“百草电影书店”,这是浙江省首家电影主题书店,影迷们可以在这里收集电影周边、撰写影评,还能参与电影业界的对话和交流活动。

同样是在11月,全国首家电影主题餐厅“夜半MIDNITE”入驻上海大光明电影院。该餐厅打造了“电影美食之旅”和“电影拍摄体验之旅”两个核心主题,让观众在品味美食的同时,还能体验到电影艺术所带来的全方位感官盛宴。

2025年1月,首都电影院城市副中心店推出全新的演艺品牌“新新剧场”,并发布了“百场演出计划”,观众不仅可以欣赏到经典的戏剧,还能体验到融合科技的光影互动剧。

在从业者努力的同时,主管部门也给予了大力支持。日前,国家电影局和商务部印发了《关于开展“跟着电影品美食”活动的通知》,其中提到,鼓励电影院探索发展“电影院+餐饮”融合业态,拓展“看电影品美食”消费场景,打造餐饮特色影厅,推出“美食主题电影+美食品鉴”等新模式。再加上2024年7月启动的“跟着电影去旅游”活动,可以预见,在政策引领和盈利驱动的双重作用下,将有越来越多的影院开始寻找除传统放映模式之外的“新身份”,未来影院的场景会更加多元,经营业态也会更加丰富。

◎ 特效影厅投入持续加大 国产LED科技布局全球

2024年,微短剧行业市场规模突破504亿,应用内付费短剧出海APP规模超40亿,微信和抖内小游戏投放规模突破500亿,直播打赏的全年流水达2692亿……种种数据表明,当下观众对文化娱乐的需求依然强烈,而面对其他娱乐渠道的竞争和分流,电影院想要留住存量观众、吸引年轻群体,就需要利用尖端科技、发挥自身特长,在体验性、沉浸感等方面下功夫。

2024年,全国共有特效影厅9949个,占比12.3%,同比增长0.1%。年内特效影厅共产出票房85.3亿元,占比20.1%,效率远高于普通厅。其中,视觉震撼更强的巨幕影厅共产出59.93亿元,占年度票房的14.1%,代表放映科技“新势力”的LED厅共产出0.97亿元,同比增长55.2%。

年内,不少影院加大了在高端放映设施和特效影厅上的布局,一批高科技含量的影厅和影院投入使用。7月,南京百丽宫CINITY LED影城(国金中心店)开业,江苏省有了第一个CINITY LED影厅;9月,上海大光明电影院将上海目前单厅座位数最多的影厅(1365座)升级为LUXE厅,这也是上海的第15家LUXE厅;11月,4K 20米VLED LED电影屏落地北京万达影城(昌平万达广场VLED店),至此,VLED LED电影屏在国内十多个城市的近20家影院完成安装;12月,华夏电影中心在北京落成,这是全国首家全帧LED影院,不仅配置了LED电影屏和商显产品,在应用方面还采用

了当下最为前沿的升降机械屏、空间计算、裸眼3D等创新交互内容。

不仅在中国,影院升级的趋势也影响着北美市场。2024年9月,北美最大的影院行业组织——全美影院业主协会(NATO)宣布,计划在三年内对2.1万块银幕进行翻新升级。此次翻新项目不仅包括放映技术、音响、座椅以及照明标识等影院硬件设施的改进,还涉及餐饮体验的提升以及影院整体氛围的改善。

面对全球电影市场对技术创新要求的持续提升,通过升级设施改善观众观影体验正成为全球电影人的共识。而随之到来的设备缺口,以及越来越多的国家和地区采纳LED放映技术,给了中国的电影技术和品牌“名扬世界”的机会。

目前全球85%以上的LED显示屏产能集中在中国,国内已建立了完善的LED放映系统技术标准体系,也有不少中国电影企业凭借卓越的技术实力与国际化布局,向世界展示了其在电影放映技术领域蓬勃发展的新质生产力。

洲明科技是国内LED光显行业的“龙头”,截至2024年年末,在遍布全球的160个LED虚拟拍摄影棚中有130多个是洲明科技所建,好莱坞的电影片场、洛杉矶的LED影厅,以及北京冬奥会、卡塔尔世界杯、巴黎奥运会的赛场内外,都能看到洲明科技的LED显示屏。

2024年,CINITY LED系统也走进



了欧美地区。10月,德国Dinkelsbühl的新影院宣布采购10套中影CINITY LED放映系统,预计将于2025年6月完成首批安装并投入运营。2025年1月7日,CINITY LED制版《刺猬索尼克3》在京首映,这是全球首部LED专属制版好莱坞影片,也是中国电影技术自主创新的重要成果。

《刺猬索尼克3》的CINITY LED制版由中影科技与美国电影后期制作公司Deluxe合作建立的洛杉矶CINITY LED制版中心制作完成,该中心的成立不仅有望解决国外版权保护限制下的制版难题,还为更多好莱坞及其他海外大片提供了LED专属制版服务的可能性。

在新一代放映科技的“赛道”中,中国企业依托国内完备的产业链优势,不仅打破了欧美国家在影院设备领域的优势地位,从产能和技术上实现了“换道超车”,也标志着中国电影科技的崛起和全球显示技术格局的变革。