

银幕危机

南京影院越开越多的同时 给观众带来了实惠也带来了隐忧

近年来,南京的影迷们大概都有这种感受——影院的密度越来越高,逛一个新街口就有5家影院可供选择;影院的设备也越来越好,3D、IMAX这些电影术语也越来越为人所熟悉了;与此同时,影院提供了团购、秒杀等活动,票价也越来越实惠……27家影院日趋白热化的竞争让南京的电影市场硝烟四起,给观众带来了实惠,然而,这一块看似诱人的大蛋糕中却潜藏着各种危机……

□撰文 现代快报记者 孙璐

算笔账·影院

热 星级电影院 购物中心的“标配”

在内地电影票房进入“百亿元时代”之际,全国范围内新建的影院也如雨后春笋般纷纷冒尖,据统计,去年国内平均每天增加8.3块银幕。这股建影院的热潮也蔓延到了南京。根据江苏省广电总局电影处提供的数据,目前南京有12条院线,27家影院,188块银幕,这个数字还在持续增长中。

“随着城市化进程的加快、银幕总量的相对短缺以及人们体验式购物生活方式和新电影生活方式的形成与逐步成熟,影院数量近两年呈现井喷式增长。”南京某影城经理告诉记者,2010年之后,星级影院成了购物中心的标准配置,遍地开花。在弹丸之地的新街口就有5家影城——新街口影城、万达影城、工人影城、UME1912店、艾米1895,以及预计今年年底将重新开张的大华影院。“商业地产开发商已认识到电影院业态对于购物中心的聚客力、提高留客时间、客流导向性、提高文化活力与时尚性等功能作用,这让电影院建设速度不断加快。”这位院线经理分析说,虽然交着高额的租金,但影院的发展也救活了不少房地产商。此外,一部分企业借助于电影逐步向文化产业过渡。

然而,看上去很美,面对影院建设的热度,东方院线副总陈卫有些担忧,“以为开影院就赚钱,导致重复建设、盲目投资。现在大家都往含金量最高的商圈挤,在有些城市影院开业不到一年就关门了。”陈卫说,预计未来3年南京将有40家影院,这个数字还算理智,其他有些地方电影市场已经产生泡沫。





难 恶性竞争下 影院陷入经营困境

陈卫的担忧不无道理,银幕疯狂增加之时,观众人次的增速却远远没有跟上。“六年前,南京的影院共同提出了一个目标——把南京电影市场的蛋糕做大。六年过去,蛋糕确实大了一些,然而,每家影院分到手的蛋糕却变薄了!”陈卫说,跟两三年前相比,如今的南京电影市场进入了微利时代。

谈起经营,即便是南京票房最好的两家影院——新街口国际影城和万达影城也“压力山大”。“说实话,蛋糕就这么大,影院数量还在增加。”万达影城工作人员告诉记者,新街口万达从2008年开业以来,虽然利润逐年增加,但每年的增长率却只能持平甚至下降。

更有一些影院陷入了生存困境。“持平就已经赢了。”一位业内人士透露,南京本土某院线中40%的影院是亏损,年收入过千万元的影院全南京只有10家左右。记者得到一份去年11月南京影院的票房统计,当月《失恋33天》《铁甲钢拳》两部比较火的片子上映时,南京某影院当月总票房竟然不到10万元,不足新街口国际影城月票房收入的1/40。

“为了争取票房,一些影院打起了价格战,通过团购、秒杀、银行卡捆绑消费等手段拉低票价,”某影城工作人员说。此外票房收入的一大部分还要分给片商,这让影城的利润空间更小。然而,影院大多建在黄金商圈,运营成本不低,一些影院60%以上的收入交了物管费、房租、水电费。“有些投资方在新建影院时,根本就没考虑过成本与产出是否成正比,导致影院陷入经营困境。”有电影从业人员表示。



南京影院现在普遍讲求舒适的观影环境,硬件环境一个比一个好 本版摄影 现代快报记者 施向辉

算笔账·观众

伤 观众短期得实惠 长期难免留遗憾

影院之间竞争日趋激烈,观众是不是就此得到实惠了?目前从来看,确实如此。同样是新街口地区,在校学生喜欢去工人影城看电影,因为票价只有二十几元,这比新街口影城的价格便宜近一半。即便是新街口影城,通过团购等方式,观众花40元也能看一场电影,比挂牌价又要实惠很多。不过,南京一影院经理却认为,影院竞争带来的票价下降,从长远来看未必是好事。“有些影院为了降低成本,放映机灯泡到期了不更换,导致银幕亮度不够。另外,行业竞争激烈,影院急缺专业人员,影城工作人员业务水平不高,给观众的服务质量打了折扣。”

影院在经营重压之下的另一个负面结果是——急功近利,在排片上倾向于票房预期较高的外国大片,实际可供观众挑选的片子不多。“满眼都是好莱坞大片,《泰坦尼克号》这样的老片子能霸占银幕长达2个月,而像口碑较好的国产片《钢的琴》《飞越老人院》等片档期很短,有些观众还没来得及看就已经下了。”一位观众抱怨说。到了今年,这种反差尤其明显,上个月,南京影院排片表上60%-70%是进口大片,国产片《杀生》《匹夫》亏得一塌糊涂,《黄金大劫案》勉强保本,更不用说很多“一日游”的片子。某影城经理告诉记者,在过去计划经济时代,还有一些“艺术电影院”比如解放剧场、延安剧场照顾另类观众的口味,而现在的影院只能迎合最大众的口味。

破 影院争着差异化 观众选择更有余地

去年3D版《变形金刚3》上映时,不少影迷冲着IMAX去体验一把巨型银幕的震撼力。目前,河西万达影城是全南京唯一一个拥有IMAX的影院,不过这并没有让万达影城有太多的优越感,影院工作人员告诉记者,“未来影城在硬件上都会达到星级影城的标准,大家都在同一起跑线上。IMAX只算是‘标配’,并没有什么优势可言。”事实如此,新建于德基二期的新街口国际影城也将拥有IMAX厅,从国外进口设备总价值达到1500万元。

“事实上,南京影院越来越趋向同质化,银幕上放一样的大片,设备也都是星级。”东方院线副总陈卫分析,想要在竞争之中胜出必须有自己的优势——拼设备?显然不行!拼票价?“目前南京电影票价比较合理,打价格战不可取。”一位影城经理说。如何做到差异化经营?各家影院为此绞尽脑汁。

“我们的策略是,大力发展会员。”万达影城工作人员透露,去年9月,万达影城在南京试点,成立会员俱乐部“万人迷”,目的是培养忠诚度较高的影迷会员。“说到底,电影不是生活必需品,加上影院的选择又很多,我们希望培养出一定数量的固定客户。”为此,影城给会员提供了一系列服务,比如过生日免费看电影、积分换礼品、提供国外旅游大奖等。目前,“万人迷”注册会员已经达到14万人,此经验已向全国的万达院线推广。此外,万达影城还将微博作为营销重点,例如本周四将上映好莱坞大片《饥饿游戏》,该影城在微博上发起转发抢票活动,4天内被转发近8000次,人气很旺。新街口国际影城也在大力发展会员,目前已经拥有10万名会员,活跃度高的有五六万人,“会员影迷比一般观众的忠诚度要高。”

另外,有院线老总认为:影城过去拼硬件,现在得拼服务。“比如,广东从五星级宾馆挖来服务员,工作人员和公众同乘一部电梯都会让观众先走。要在细节上提高服务,提高观众观影舒适度。”