

我国中小城市影院发展现状及前景分析

脱登峰

西藏日喀则市电影管理站

[摘要]疫情的爆发,对世界电影业造成了极大的打击,首当其冲的几家大型电影院也在疫情爆发期间纷纷关门歇业。随着城市化的发展,三线、四线中小城市的城市电影院产业面临着严重的生存危机。成本与收入的不平衡、影院建设过度饱和、房地产吸引现金流、网络平台冲击、消费不足等原有问题在新冠肺炎疫情的冲击下被不断加速、扩大,不仅加剧了中小线城市影院行业既有的生存困难,也对后疫情时期的影院建设与发展提出了更大的挑战。

[关键词]电影院;中小城市;挑战

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.03.1021

前言

现阶段,在国内常态化的疫情控制措施下,我国的电影工业,也在渐渐苏醒,但是,由于成本结构不合理、收入分配不合理、网络电商的冲击以及经济下行的压力,这些问题都是目前影响中小城市影院发展存在的问题,尤其是在疫情蔓延的背景下,今后一段时期内影院的生存和发展会受到较大的制约^[1]。因此,从影院本身的运营情况来看,在后疫情时期,中小城市的城市影院将会面临更为严峻的发展考验。

一、中小城市电影院发展状况分析

(一) 地产经济主导下的步履维艰

新世纪以来,房地产业是刺激促进经济快速发展的重要产业。现阶段,中小城市也在经历着极速的城市化进程。近几年,中小城市的电影院数目快速增加,整体规模和增长速度都超过一线、二线城市。在这一进程中,商业地产主要是以购物中心为载体,帮助城市影院吸引了大量的人流和投资,同时,电影和商场也成为了一种共生关系。不管是电影院固定的最低租金,还是电影票务收入的提成,都是商场的主要收入来源。电影院经常抱怨收入的很大一部分都是用来支付房租的,而房东们则抱怨大部分的收入都被用来补偿不断上涨的土地价格。因此,在城市化进程的大环境下,房地产的经济会把资金投入到了不断上涨的土地价格和建筑成本中。这个阶段主要问题有两个:一是商业地产与商品住宅的相互作用已经在电影产业链的资金流动中,通过购物中心和电影院的共生关系嵌入其中。电影院的租金在分账票房中的比重之所以高,是因为租赁的商业物业的价格比较高。而目前的商业地产并没有因为电影院的高租金而获利,这是因为商业地产往往和商品房有着共同的发展。在网络电商平台日益流行的今天,商业地产仅仅依靠商铺的租金已经无法弥补购买土地和建造建筑商品房的费用。商业地产通过商场来吸引人流,其目的是为了与周围的商品房项目建立起一种价格激励机制,以成熟的商业街区和完善的配套设施来提高商品房的售价,从而使电影院所支付的租金最终进入到房地产市场的现金流之中。因此,商场内的影院在商业地产和商品房的互动中,不可避免地要把自己埋进房地产的定价博弈之中,从而影响到整个电影产业链的上游。二是随着城市化

战略的实施与推进,城镇与城镇之间的互动发展,大量的人口流入促进了中小城市的房地产开发与建设,同时也带来了越来越多的地方债务。政府投入巨资推动了城市基础设施的发展,而解决这一问题的最主要途径就是土地财政,即房地产的发展。由于以地方政府债务为主要融资渠道的大举推进,中小城市的土地价格也随之上涨。作为房地产开发商补偿土地价格的一种主要手段,在客流和价格的交互作用下,商业地产和商品住宅的租金被纳入了土地价格中。因此,中小城市的房价不断上涨是由于城市化进程推动的结果,也是电影院租金不断上涨的主要原因。

(二) 网络时代的电影票房泡沫

随着电商时代的来临,传统零售行业将迎来一种崭新的经营方式。Netflix是一家只有23年历史的网络公司,在2018年,其市值就已经超过经营百年之久的迪士尼,2019年,凭借《罗马》获得奥斯卡最佳影片和最佳外语片提名。从这一点就可以看出网络时代的影响,已经波及到了影视行业,并且证明了它对于提高电影院业绩具有很强的推动作用。对中国中小城市来说,电商在将其产业融入社会关系的过程中,利用价格机制与人们建立起了稳固的联系。拼多多的快速发展也证实了为中国经济增长贡献了三分之二经济的中小城市对价格的敏感性,各大电影公司陆续推出9.9元、19.9元的门票,使得中小城市的票房收入呈现井喷式的增长,为电影投资行业带来了一片欣欣向荣的景象。但是随着各种票补在这两年相继被取消,随后中小城市的电影票房泡沫也随之破灭,中小城市的低价票所培育出的已有观众远远比不上因取消票而流失的低价观众群。所以,2019年的票房收入虽然达到了64.66亿元,但同期的5.4%的增长率却比2018年的9.06%慢了将近一半。票房总额的增加和创纪录的速度掩盖了电影市场增速减缓的现象,这更多地体现了在中小城市的定价敏感度。而持续的市场表现推动了中小城市的电影院投资与建设,由于重资产产业的建设周期和转型时间较长,导致中小城市的电影院出现了严重的饱和现象,从而导致中小城市的电影院上座率下降。由于平台售票和票务补贴的拉动,电影院的建设和热情上升,但是中小城市的消费人群并没有出现明显的增长。而随着票价的下降,观众人数的减少,以及影院

的快速增长,也会让观众上座率下降。网络电商以强有力的方式嵌入了影视产业链的末端,为电影院和受众之间的拓展提供了一个新的渠道。但是,恶性的价格竞争虽然吸引了大量的观众,但也很快建立了一座看上去欣欣向荣的“空中楼阁”,给中小城市的电影业造成了巨大的市场泡沫。由于行业洗牌结束、票补取消、电影产业建设与转型的滞后,导致泡沫破灭,价格敏感度较高的小镇青年与盲目投资兴建的影城共同带来中小城市票房增长但上座率下降的矛盾现象,部分影院在运营成本的压力之下,通过手写票等方式偷涨票房。^[2]

二、进一步推进中小城市电影院的建设和发展

近几年,中国经济发展迅猛,人民生活水平日益提高,文化素质日益提高,城市化速度加快,对中小城市的影院发展提出了更为客观的要求。数字技术的迅速发展必然会给电影市场带来一次新的变化,其中包括:电影院经营方式、技术方法、卫星传输技术、物流网络、互联网、电子商务平台等现代信息技术的发展,为中小城市的电影院提供最新电影来源的技术便利。中小城市城市影院发展建设其中最重要的一点是,城市影院的发展要与都市的经济、社会发展相适应,才能促进城市整体的和谐发展。

(一) 发展新的市场主体,开发和实施各种优惠政策

1. 培育有特色的影院,在中小城市发展,并适当放宽进入市场的门槛,实行与大城市不同的运营模式。针对中小城镇地区的电影放映企业,政府要制定税收优惠政策,并给予一定的税收扶持,以促进三线、四线、特别是欠发达城市、县城的电影院的建设和运营,为这些地区的观众提供更好的观影服务。

2. 加速对原有影视企业进行重组。在国家政策的推动下,大部分的电影发行、放映公司已经完成了重组,但还没有经历过市场的洗礼,还需要一段时间的培养和指导。例如,通过政府的财政补助、税收等政策,扶持电影公司进行重组,然后再扩大到没有被开发的区域,或者改造成老式电影院。如此,能让闲置的资源再利用,活跃市场。

3. 扶持国有骨干企业,根据市场发展的特点,因地制宜,实行分级管理,由国家有关部门创造条件,鼓励有实力的国有骨干企业进入二级市场,其中包括在县城、社区影院等。

(二) 加快推进城市数码影院的建设与改造

就国内的现状来看,一线城市和省市省会、计划单列市的电影市场规模都比较大,占据了全国电影业总票房的85%。要想在大、中、小城市发展数码电影,就必须加大对数字电影的投入^[3]。推荐:

1. 鼓励和引导具有一定实力的城市影院采用新型的多厅数字影院,并根据实际情况,以较低的费用,加速城镇影院的建设。

2. 要以政府主导、开放式运营的方式推进影院的建设。在

城市文化发展的总体规划中,电影院是文化设施的重要组成部分,另外,为了缓解目前城市影院建设的资金短缺,政府还可以对影院进行选择性的投资,通过租赁形式向公司出租。

(三) 大力发展和建设电影二级市场

我国的二级市场一直没有得到充分的发展,主要有以下几个方面:一是由于市场主体的缺失,二是后期的经营和商业运作模式不明朗。在中国的众多县城、县级市,电影院的建设和发展还处于一片空白状态,根据我国各大城市的发展需要和特征,对其进行合理的区分。鉴于我国中小城市、县城电影的公益性程度依然很高,本文提出:

1. 中小城镇和中西部地区的市场定位要符合实际,要适应不同地区、不同经济条件和不同的风俗习惯。

2. 根据中小城市的特点,以优质国产电影播放为主要任务,以优质国产电影为主要市场。

3. 扩大租片等多种经营方式,既要把进口电影与合拍电影结合起来,又要努力实现国内电影与进口电影的双赢,同时又能满足中小城镇群众的文化生活需要。

4. 采取不同的分类方法,以激励各市场主体的工作热情,释放电影的生产力。现在,无论在北京或西藏,制片单位和放映单位的收入分配都是统一的,这是一种不公正的做法。有些县电影院一年的票房收入才二十万多元,除去分帐,一年也不过十万,还不够运营成本,这也是导致电影票房收入出现偷漏率的重要原因。所以,在二级市场中,社区、工厂、校园、广场、夜总会、没有加入院线的电影院,都要按照自己的实际情况,采用灵活多样的电影运营模式,调动市场的积极性和主动性,同时也要考虑到“三个结合”的问题,使之重新焕发出勃勃生机^[4]。

结语

中国的中小城市,在城市化快速发展的进程中早就已经不堪重负,新冠肺炎的爆发,让电影行业的票房市场泡沫破灭,从而导致了大片的电影院被淘汰。面对高成本、高座率、过度饱和、取消票、利益制约、消费不足等诸多因素,新冠肺炎的爆发给中小地区城市电影产业带来了巨大的冲击,中小城市影院在现在的困难阶段只能通过发展新的市场主体、加快推进城市数码影院的建设与改造、大力发展和建设电影二级市场进行发展。

参考文献:

[1]沈武钢.我国中小城市电影市场发展现状及对策[J].现代国企研究,2015(6).

[2]韩云杰.“大地”影院中小城市发展之路[J].当代电影,2010(4):63-67.

[3]汤一新.中小城市电影院差异化营销的探索[J].现代商业,2012(19):62-63.