



贾樟柯畅谈光影江湖 欢喜首映打造 “欢喜汇”系列观影活动

本报讯 近日,欢喜首映在北京举办了首场“欢喜汇”观影活动,现场放映了目前正在欢喜首映APP独播的电影《江湖儿女》。导演贾樟柯亲临现场,与李杨、陈大明两位导演就电影创作、青年电影人培养等主题进行了分享对话,并与到场媒体及观众热烈交流,共探光影江湖的艺术魅力。

本此活动主办方欢喜首映,是由电影《江湖儿女》的出品方欢喜传媒独家运营的流媒体平台,出席本次“欢喜汇”观影活动的三位导演贾樟柯、李杨、陈大明亦同为欢喜传媒签约导演。贾樟柯导演与李杨、陈大明两位嘉宾的本次主题对话,既是他们对各自电影创作心得的交流,也是近距离了解观众所思所想的全新体验。

活动现场,三位导演就电影创新、青年电影人培养、剧本创作等话题进行了分享与交流。贾樟柯导演表示,当下电影资讯和资源极度丰富,他也曾多次被青年电影人多元化的题材和创作手段所感染。值得一提的是,针对目前流媒体平台崛起带来的改变和机遇,三位导演不约而同地表达了对流媒体平台的支持和肯定。陈大明导演认为,无论是何种观影平台,艺术形式都没有变化,他特别提到欢喜首映,认为此类平台今后既能为观众提供多元化的观影方式,也可以创作出优质的影视作品,“电影人和观众要学会适应并利用创作环境和观影环境的双重变化”。

《江湖儿女》自2018年10月4日独家上线欢喜首映APP以来,好评不断,获赞“时代巨制格局大气”、“故事浪漫情怀感人”、“引人深思值得多刷”。目前欢喜首映的独播作品还包括《疯狂的外星人》、《嘿玛嘿玛》、《天上再见》等优质电影及《刑警弓手》等精品剧集。此外,奥斯卡提名影片《无主之作》、热门美剧《贴身保镖》等也将陆续上线。

据悉,欢喜传媒已与中央宣传部电影卫星频道节目制作中心(CCTV6)旗下专业级电影新媒体平台1905电影网达成战略合作,将在1905电影网的网站、手机客户端、PAD客户端三端共同建立“欢喜首映”联合运营专区,发展联合会员。欢喜传媒也将由此与权威官方平台展开全面而紧密的深度合作,不断为用户呈现更多精选内容。(姬政鹏)

国庆档票房大爆发在即 唯生素助力影院重塑私域流量



截至6月30日,中国电影市场交出了一份靓丽的2019年上半年成绩单,各项数据显示,当前中国电影市场运营平稳,稳中向善。有关专家预测,下半年随着一系列庆祝新中国成立70周年献礼片的上映,必将带动广大人民群众的观影热潮,票房极有可能迎来大爆发。

中国电影市场交出靓丽半年报 国庆档票房大爆发可期

统计数据显示,今年上半年中国内地总票房311.7亿元,观影人次累计超8亿,显示了中国电影市场整体运营平稳的态势。

有关专家表示,在国际国内宏观形势的叠加影响下,中国电影市场2019年上半年能取得这样靓丽的成绩单实属不易。这其中,以斩获46.56亿票房的《流浪地球》为代表的国产影片,可谓上半年票房市场的顶梁柱,同时也反映了国产影片制作水准的快速提升,以及观众对这种提升的高度认可。

市场从6月份起开始进入暑期档,而今年比暑期档更值得期待的是国庆档——一系列精心制作的庆祝新中国成立70周年献礼片即将上映,将带领广大人民群众体验新时代中国电影视听艺术新高度。

这其中,《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》等一系列影片,是中国电影人不忘初心、牢记使命,深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的重大实践成果,可谓思想性、艺术性兼具,制作精良、内涵丰富、故事精彩。有关专家预测,一系列庆祝建国70周年献礼大片的上映,必将点燃广大人民群众的观影热潮,2019年国庆档的票房,极有可能迎来大爆发。

唯生素电影启动私域流量思维

但是,在电影市场运营平稳、稳中向善的同时,我们也应看到,很多三至五线城市的中小影院和单体影院,依然存在不少运营难题待解。据不完全统计,2019年1-5月全国新增影院600多家,新增银幕4000余块,增速约为16%,依然较快。如何应对越来越激烈的市场竞争?是很多影院都在思考的问题。

致力于“让影院经营至简至美”的影院软件服务提供商唯生素电影,借其主力产品“聚盈客”将去年以来最“火”的概念——私域流量引入到影院经营领域。唯生素电影运用“聚盈客”及公司自身的“整合营销能力”、“用户运营能力”、“产品聚合能力”这三大能力铸就的“七大赋能体系”为影院赋能,帮助影院提升私域流量,最终达到提升经营业绩、降低运营成本的目的。

私域流量是指品牌或个人自主拥有、可控、免费、可多次利用的流量。私域通常的呈现形式是个人微信号、微信群、小程序或自主APP。与之相对的是公域流量,例如大型商业综合体中的人流。

近年来,公域流量呈现不断衰退的趋势,商场中的人流虽然多,但能够在某品牌柜台形成购买的,却是极少数。大量品牌每天变着法子打折、促销、搞活动,就为了在巨大的公域流量中,建立属于自己的私域流量。

《复联4》上映期间,很多影院在自己的APP上,挂出了比猫眼和海票上低得多的价格以吸引观众,反映了后移动互联网时代,影院私域流量意识的增强——如同大商场中的那些品牌,这些影院也在着力建设自己的私域流量。

私域流量本质是观众名单

私域本质是什么呢?简单来说,就是那群可以反复触达、反复营销的人。私域并不是一个新概念,在没有互联网的年代,私域流量,就是一个企业的客户名单,例如电话号码、邮箱或家庭地址。

对于影院来说,私域流量,就是原来的观众,就是常来影院看电影的那些人。移动互联网时代,由于第三方平台兴起,很多观众通过平台购

票,不再直接从影院购票,导致了原来影院的私域流量变成公域流量。

第三方平台上的公域流量,本质上与大商场中的人流并无不同。所以,当影院需要拓展非票收入、提升观众粘性、筛选出高净值观众群体时,公域流量就显得苍白无力,只有掌握在影院自己手中的私域流量,才能发挥作用。

腾讯和BCG的联合研报显示,很多线下门店从传统公域流量运营转到私域流量运营后,有效互动客户数量提升1.5—2倍,沟通效率提高3—4倍,单次平均互动时长提高2—3倍。对于影院来说,私域流量运营,显然是一件前景光明、大有可为的事。

构建私域流量易行难

私域流量虽好,很多影院也已经意识到了其重要性,但是要真正建立起属于自己的私域流量系统,却不是一件简单的事情。

影院并不是一个人力密集型行业,而私域流量的构建,有大量琐碎而繁复的工作,需要一点一滴地认真去做,这不但需要投入资金,还需要投入许多人力,况且,还有比人力和金钱更宝贵的一时间。对于唯生素的部分客户——很多三至五线城市的中小影院和单体影院来说,建立私有运营平台是一件“心有余而力不足”的事。

唯生素助力影院私域流量运营

作为以“让影院经营至简至美”为目标的影院用户运营管理平台服务提供商,唯生素致力于用主力产品“聚盈客”及公司自身的“整合营销能力”、“用户运营能力”、“产品能力”三大能力铸就的“七大赋能系统”为影院赋能,帮助影院构建私域流量运营体系。

首先,唯生素的“线上线下内容营销引流”、“聚盈客平台工具引流”、“影院场景活动营销引流”三大赋能系统,不但可以为影院引流,而且可以帮助影院实现流量的进化,从大型商业综合体、第三方平台等公域流量,向影院的持卡会员、微官网会员、微信号粉丝等私域流量转化。现在影院的获客成本越来越高,流量也越来越贵,与其每一次都付费获得公域流量,不如逐步建立自己的私域流量体系,拥有永久免费的流量。唯生素帮影院建立的私域流量,完全是属于影院自己的,在唯生素后台积累的各种大数据、各种分析图表,影院可以随时取用。

近年来,唯生素电影一直在致力于与大家共同建设“影片营销资源”赋能系统、“广告变现资源”赋能系统,打通上游影片资源,并通过影院广告聚合,整合影院线上线下广告资源,整合闲时阵地及银幕广告资源,例如电影的映前广告、影院微官网广告等,为影院实现闲时广告创收,最终实现影院广告资源的进化。

唯生素电影的“异业会员权益资源”、“下游零售供应链资源”两大赋能系统,可以帮助影院实现从平台电商到直营电商的进化。直营电商的优势是,影院可以直接通过自有平台获客,不需要在第三方平台上与其它影院比拼价格和特色优势,且无渠道费用。对那些有特色的衍生品来说,在私域平台上,往往比在公域平台上更易培育成爆款。

目前,零售业已开始由“全渠道”向“全触点”进化,影院产业也应尽力跟上变革趋势。唯生素电影通过“聚盈客”帮助影院建立的专属用户运营管理交易平台,可以改变以前第三方平台与影院线下自营相互之间完全独立的局面,让线上线下的会员、订单、服务等互通成为可能。

在基于微信生态体系的“聚盈客”上,有各种线上触点、线下触点、社交触点和商业触点,比如影院自主公众号、影迷消息模板、观影团微信群、观影指南、促销二维码、影片精华短视频、专属会员定制优惠、多种趣味拉新获客营销功能、超过3000种海报模板,等等,这些触点能把影院和观众连接起来,让观众直接与影院对话。

唯生素电影CEO杨小扬表示,“目前对于大多数三至五线城市的中小影院和单体影院来说,在资源赋能影院层面,仍需要大量影院自营能力的不断提升予以辅助。影院从公域流量的使用者向建立自己的私域流量系统转型,将是一个漫长而艰辛的过程。全新范式的私域流量经济,将是互联网时代下一个堪比消费互联网升级的巨大浪潮,而能否建立自身的私域流量系统,将是企业能否跟上这个潮流的关键。这个转型过程,如同《流浪地球》中地球的迁徙,虽然会遇到各种困难,虽然还未达到终点,但光明的方向就在那里,应该坚定地走下去。”



《报告王爷,王妃是只猫》 开机发概念海报



本报讯 近日,由云中月的同名小说改编,谭友业执导,王晓翠编剧,袁雨萱、张桐、陈品延、蔡祥宇、高智洋、王宥钧、张雷主演,孙泽霖特别出演的古装爱情喜剧《报告王爷,王妃是只猫》正式开机,并发布一款概念海报。

海报中,白猫头戴皇冠,占据画面大幅版面,不屑的神态“笑”果十足。白猫身侧,一对佳偶幸福依偎,甜度满格。该片不仅融合喜剧、古风元素,还加入了“萌宠”元素,可谓最大亮点。影片讲述了误闯鲲鹏大陆的单身少女米小七为回到原本生活的云中世界,努力集齐灵石,并找到自己的“有缘人”,在机缘之下与“腹黑”王爷北官炎、邪魅城主南风辰发生了一段啼笑皆非的甜宠恋爱故事。

据悉,《报告王爷,王妃是只猫》由河北青春年轮文化传媒有限公司承制并策划,浙江年轮映画文化传媒有限公司出品,博易创为(北京)数字传媒股份有限公司、嘉世传媒有限公司、天津猫眼影业股份有限公司、北京无限自在文化传媒股份有限公司、厦门市巨山文化传媒有限公司联合出品。(影子)

全国首家LED全景声影厅 落户郑州奥斯卡汇金影城

本报讯 6月28日,全国首家LED全景声影厅在郑州奥斯卡汇金影城盛大开幕。河南文化影视集团党委副书记、总经理潘少甫,三星电子商用显示设备大中华区业务总经理崔学权,郑州中元置业副总经理邓凤等领导嘉宾参加启动仪式。

郑州奥斯卡汇金影城不但引进了Onxy LED电影屏这一世界领先的放映设备,更突破性地将杜比全景声系统与其相结合,打造出全国首家LED全景声影厅,为观众带来更为极致、逼真的现场感受。这也正是奥斯卡电影院线长期以来所坚持的“科技引领”经营理念的最新呈现。这种超现代化影厅模式,将为广大电影观众带来前所未有的颠覆性体验。

奥斯卡电影院线高度重视本次活动,制定周密的营销方案,精心策划启动仪式,充分利用媒体资源进行宣传推广,尤其注重抖音、微信朋友圈、微信公众号等在年轻群体中有着广泛影响力的新媒体渠道。与此同时,院线通过自主电商平台“奥电影”APP推出针对LED全景声影厅的多重优惠购票活动,有效助力该影厅在推出的首周末取得票房佳绩。(刘溪)