



文章标题

全部

指定年份

2013

搜索

[· 首页](#) · [杂志简介](#) · [刊首快语](#) · [前沿报告](#) · [传媒骄子](#) · [新闻茶座](#) · [· 经历](#) · [冷风劲吹](#) · [· 边看边说](#) · [· 传媒透视](#) · [· 国际媒介](#) · [· 专栏作家](#)
[特约专稿](#) [面对面](#) [专题](#) [语文诊所](#) [理论视野](#) [危机传播管理](#) [经营方略](#) [广电视听](#) [新媒体](#) [素养/管理](#) [往期回顾](#) [主编信箱](#) [新闻实践](#)
[媒体脸谱](#) [传媒视点](#) [观察与批评](#) [调查与研究](#) [传媒个案](#) [读新闻传播学书](#) [学子论文](#) [编读网来](#) [经营专区](#) [采编技法](#) [传媒史话](#)

我国电影盈利模式分析

时间:2013-05-20 09:14:00 作者:杨珊 向志强 来源:青年记者

● 杨 珊 向志强

据统计,2012年我国票房总额为171亿元,近8年来,我国票房以平均每年增长30%的幅度高速增长。影院观影人次同比增长27%,全年新增银幕3832块,平均每天增加银幕10.5块,截至2012年底全国已拥有13118块。①我国电影正处在充满机会的黄金时期。

我国电影几种主流盈利方式

相较国外发达的电影市场,我国电影市场发展较晚,盈利模式单一,从放映、制作、后期延伸来看,有以下三种主流盈利方式:

1. 影院院线

通过影院上映盈利是最常见也是最重要的方式,有人做过统计,电影90%以上的收入依赖于票房。所以,电影制作公司与院线公司进行战略合作显得极为重要。

与院线公司进行战略合作包括三个方面:一是渠道合作,目前院线公司正大举向二三线城市铺展,电影制作方支持院线建设是双赢之举,如将电影首映礼在二三线城市新影院举行,不仅帮影院提升人气,也能提高影片知名度。二是定价合作,针对不同时段、地域、人群实行差别定价策略,此举对影片的销售很有益处,影院公司和电影制作方协作,让渡部分地区、部分时段可能带来的收入,来获得更大范围的消费者剩余。三是投融资合作,越来越多的业外资本乐于进入电影行业,考虑到影院对电影的重要作用,应优先选择院线公司作为投资合作伙伴。

2. 广告商赞助

在保证艺术性的前提下,植入广告在制作期就可收回一部分资金成本,这种做法广受电影制作方和广告商欢迎。其优势明显:一方面能在前期拍摄中弥补经费的不足,另一方

::: 业界资讯 :::

- 业界资讯集萃2013. 12. 9
- 业界资讯集萃2013. 12. 2
- 业界资讯集萃2013. 11. 25
- “反论文中介”启事
- 欢迎关注青年记者微信、微博
- 第九届学子论文评选启事
- 青年记者入选全国核心期刊
- 青年记者电子版机构用户增长2
- 今参考加快向山东第一刊迈进
- 业界资讯集萃2013. 11. 18

More...

::: 友媒动态 :::

- “爱上电视”北京台创意大征集
- 浙报采编大楼开工建设
- 威海日报社办网络电视台
- 电视苏军“情感”升级
- 上海文广重组新媒体
- 广州日报报业集团品牌发展路
- 辽宁日报传媒集团新址奠基“
- 人民日报实行统一版数、统一
- 辽宁日报报业集团更名为辽宁
- 宁夏日报报业集团挂牌成立

More...

::: 学子论文评选 :::

- 第九届学子论文评选启事
- 第八届学子论文获奖名单
- 第八届学子论文评选奖励办法
- 第八届学子论文评选启事
- 第七届学子论文评选揭晓
- 第七届学子论文获奖名单
- 第七届学子论文评选奖励办法
- 第七届学子论文评选启事
- 第六届新闻学子论文评选揭晓
- 第五届学子论文评选揭晓

More...

面能通过将产品融入剧情等方式达到传统广告达不到的效果，使企业广告宣传的深度和广度均得以拓展。以《天下无贼》为例，其拍摄预计投资需3300万元，赞助商包括中国移动等共20余个，采用了剧情推广捆绑销售形式，总广告收入高达4000万元，做到了稳赚不赔。

3. DVD销售

对于错过上映期或者想要收藏的观众来说，购买DVD是最佳选择，但两个方面的原因导致我国电影DVD销售无法成为电影盈利模式中的生力军：一是我国影视市场盗版猖獗，版权保护不力。在影片上映之初，市面上就会出现各种盗版碟片，挤占了正版DVD市场。二是由于数字化技术的进步，更多受众可以选择在网络上观看影片。所以，不应依赖DVD销售，但可以小幅使用，一方面使整个影片产品的产业链完整，另一方面便于电影爱好者收藏。

我国电影盈利模式创新

在投资主体多样化、资本密集化的趋势下，我国电影旧有盈利方式逐渐显示出弊端，如何进行盈利模式的创新成为亟待解决的问题。

1. 管理无形资产，充分挖掘品牌效益

演员、导演、制作人的名气都是无形资产的重要组成部分，进行开发利用能带来良好的效益。《西游·降魔篇》上映8天票房就破7亿元，业内人士认为“周星驰+西游=金字招牌”，因周星驰所诠释的“西游”主题电影曾给人留下深刻印象，此次利用自身“西游”品牌效应，加入文章、黄渤、舒淇等明星，增色不少。可以看出，虽然无形资产给文化产品价值增值的贡献度难以量化，但进行专业化运作可使其发挥更大的力量。

(1) 专业化运作，扩大宣传

明星效应等无形资产的利用不仅仅是请名人就行，还需要大范围的宣传来配合，所以在电影宣传时，包括档期选择、电影制作前中后期的宣传都要进行专业规划。也就是把电影的内在表达外化、符号化，并且融入各种物化载体之中，进行有计划、有步骤的宣传，并且随时监控品牌状况。

(2) 多元化经营，价值链拓展

收益仅靠票房等于“把鸡蛋放在一个篮子里”，风险较大。我国的电影产业价值链还大有开发的余地，例如美国好莱坞以制作、发行、放映为核心，从剧本创意到衍生产品开发产业价值链。就我国而言，应采用多元化经营战略，以品牌促价值链拓展。具体说来，就是将品牌注入除电影之外的行业，例如酒店、餐饮、电子游戏、网络版权、衍生产品生产等。影片的影响力具有一定时效性，要在一定时期内波段性地进行品牌管理，探索一条可复制的产业链升级之路。

2. 差异化竞争，鼓励中小成本电影发展

::: 编读网来 :::

- 青年记者2013年11月上评刊
- 青年记者2013年10月下差错
- 青年记者2013年10月上评刊
- 青年记者2013年9月下差错
- 青年记者2013年9月上评刊
- 青年记者2013年8月下差错
- 青年记者2013年8月上评刊
- 青年记者2013年7月下差错
- 青年记者2013年7月上评刊
- 青年记者2013年6月下差错

More...

::: 经营专区 :::

- 山东邮政全力扶持《今参考》
- 《今参考》杂志全力配合邮局
- 山东邮政公司充分肯定《今参
- 《齐鲁晚报》、《今参考》被
- 欢迎订阅《青年记者》
- 欢迎订阅《今参考》

More...

::: 友情链接 :::

- 中国记协网
- 人民网传媒
- 新华网传媒
- 搜狐传媒
- 新闻出版总署
- 网易传媒
- 新浪传媒
- 大众网
- 半岛网
- 鲁中网

More...

高成本、大制作的电影市场“搏杀”并不是长久之计，中小成本电影能很好地解决风险过大的问题，而且中小成本电影风格多元，更适合差异化竞争。

（1）控制风险角度

“投资越大，风险越高。”我国尚未出现官方评估担保机构，对电影制作进行风险评估比较困难，所有风险必须在极其不确定的情况下完全自担，大制作、大手笔的电影其风险比中小成本电影要大得多。中小成本电影因不需要太大的投资，经过适当的营销运作，基本上就能避免血本无归。而且在资金等额的情况下，相比投资单一项目，把资金分散投资于多个项目更加稳妥。

（2）市场细分角度

宏观层面，对电影市场的长远发展而言，中小成本影片将占据越来越重要的地位，面对具有强大号召力的商业大片，中小成本影片也可以发挥自己的作用，丰富影片种类以达到市场平衡。微观层面，不同观众有不同的观影喜好，中小成本电影宣传压力较小，又能避免同质化竞争，更能突出创作上的差异。

3. 合作互联网平台，建设网络影院

合作互联网平台，即指影片制作方与视频网站、移动互联网平台合作，建立网络影院。与网络上免费视频不同，网络影院有版权支持，且画质高清，需要观众付费才能点播。对我国电影市场而言有以下意义：

（1）理想化的交易平台

综观我国目前的网络视频市场格局，优酷、土豆合并后，已形成寡头垄断市场。电影公司联盟与视频网站合作，旨在建立一个理想化的交易平台，即付费才能观看的新型消费模式。同时这种方式也存在困难，双方合力建设该平台需要电影制作公司让渡网络播放版权，而视频网站也要舍弃由免费观看吸引来的消费者，其点击率必然会受影响，但这样的交易平台能解决版权问题，是市场所需，也是建设网络影院的必由之路。

（2）实现中小成本电影的价值

许多中小成本电影只有少部分能够进入影院大荧幕或者仅仅是“影院一日游”，而且往往没有足够的资金应对高昂的拷贝和宣传费用。但若进入网络影院，既能节省发行费用，又能通过网络营销增加其曝光率，对影片制作方、视频网站、观影用户来说，是多赢。

4. 技术创新，支持3D数字化建设

前三者都是从经营运作的角度来看的，技术创新则侧重内容建设的角度。具体来说，就是随着各大影院对3D放映设备的更新，硬件设备已经逐步准备成熟，可惜的是在电影院已放映的3D影片中，绝大部分都是国外制作的电影，我国3D电影制作技术还不成熟。有研究表明，我国3D电影正处在迈向高速发展的初期阶段，未来几年将迎来3D电影的高速发

展，且相比动漫3D，观众更喜欢看真人3D。②《少年派的奇幻漂流》影片中大部分场景都是后期合成的，把3D技术发挥到极致，观众看完大呼过瘾，说明观众对3D电影的热衷度有增无减。不论是从技术发展还是消费潜力来说，3D电影市场都具有相当大的发展空间。

我国电影盈利模式可通过以上四条途径来创新。中国电影市场潜力巨大，能够借鉴的经验却并不多，只有自己不断地创新、改革，才能适应日新月异的市场环境。

注释：

①艺恩咨询：《2012年中国电影市场特点与趋势十大盘点之一》，艺恩网，
www.entgroup.cn，2013年1月14日

②夏丹：《我国3D电影投资可能性的实证研究》[J]，《现代传播》，2012年第4期

（作者单位：湖南大学新闻传播与影视艺术学院）

[来源：青年记者2013年4月下](#)

编辑：解西伟

[【发表评论】](#) [【打印本文】](#) [【收藏本页】](#) [【返回顶部】](#) [【关闭窗口】](#)

讨论区

已有 0 位对此新闻感兴趣的网友发表了看法

[点击查看](#)

我来评两句

请 [登陆](#) 后发表评论。如果您还不是本站会员,在此[注册](#)

• 所有评论仅代表网友个人观点 • 请各位遵纪守法并注意语言文明

[发表](#)

大众网版权与免责声明：

- 1、大众网所有内容的版权均属于作者或页面内声明的版权人。未经大众网的书面许可，任何其他个人或组织均不得以任何形式将大众网的各项资源转载、复制、编辑或发布使用于其他任何场合；不得把其中任何形式的资讯散发给其他方，不可把这些信息在其他的服务器或文档中作镜像复制或保存；不得修改或再使用大众网的任何资源。若有意转载本站信息资料，必需取得大众网书面授权。
- 2、已经本网授权使用作品的，应在授权范围内使用，并注明“来源：大众网”。违反上述声明者，本网将追究其相关法律责任。
- 3、凡本网注明“来源：XXX（非大众网）”的作品，均转载自其它媒体，转载目的在于传递更多信息，并不代表本网赞同其观点和对其真实性负责。
- 4、如因作品内容、版权和其它问题需要同本网联系的，请30日内进行。

地址：济南市经十路16122号 邮编：250014 编辑部电话：(0531) 85196697 85196066 85196311 85196286

《青年记者》投稿邮箱：qnjzbj@qq.com 杂志发行电话：(0531)85196303 网站电话：(0531) 85196311

《青年记者》邮发代号：24-213 《今参考·政界》邮发代号：24-216 《今参考·商界》邮发代号：24-61

Copyright©2001-2007 qnjz.com All Right Reserved

转载需注明来源，未经许可，不得转载

鲁ICP备11011784号-2