



2020走过一半,线上观影还好吗

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 倪自放

超半数观众 “太想念”影院

汤姆·汉克斯领衔的海战大片《灰猎犬号》上周开始线上播放,引发业界一片唏嘘,毕竟,流媒体在音效方面和影院区别很大,连汤姆·汉克斯本人都表示无奈地“痛心”。

《灰猎犬号》线上播出引发的唏嘘,是2020年上半年世界电影市场的一个缩影,因为疫情影响影院歇业,线上观影成为新趋势。近日,猫眼娱乐、爱奇艺电影、微博电影联合推出《2020上半年度电影市场数据洞察》(以下简称《报告》),国内线上观影的真实生态得以展示。

7月15日是影院歇业的第173天,2020年院线电影市场年度票房停滞于1月24日的22.42亿。离开影院的日子,观众“太想念”影院,猫眼想看指数在3月下旬、5月初和6月初出现波峰,证明人们的线下观影需求经久不息。

《报告》显示,观众期待指数从2月份的54%迅速拉升至5月的88%,近乎九成。调研结果显示,表示“近期不会”与“今年不会”去电影院的占比持续下降,6月超过半数公众表示“太想念”影院。

观众“太想念”影院,想念的是那些好电影。截至7月1日,因疫情被迫撤档的《唐人街探案3》想看量上半年新增126.5万,《姜子牙》新增54.8万,《紧急救援》《夺冠》想看量新增均超20万。可以看出,观众对“缺席”档期的大片期待不减。

观众“太想念”影院,心态也逐渐积极。《报告》显示,随着疫情日益好转,公众心态发生变化,其中“期待”“喜悦”等积极感受增长明显,而“担忧”“焦虑”“缺乏安全感”等消极情绪持续下降。

对于复工后的观影选择,观众抱有不同期待。从片单类别上看,近三成观众期待喜剧电影,科幻其次,悬疑、动作电影支持率逼近10%;从观影配置上看,超半数观众会选择“特效厅+新片+票价适当优惠”组合,三成观众会选择在普通影厅看新片,也有14%观众倾向于在特效厅看经典影片重映。

除票价优惠与新片上映,期待重回影院的观众还会注重防控措施。《报告》显示,59%的观众将“影院防控措施”作为自己回到影院观影的因素。

视频平台的新片 存货也不多了

此次疫情期间,线下影院停摆,线上视频平台观影流量随之增长。《报告》显示,2020年1月至3月用户线上观影需求短时爆发性增长,2月份爱奇艺、腾讯视频、优酷三家平台月活平均增幅达8.3%。

四五月份,情况有了变化,各视频平台线上观影月活用户数下跌。除了复工后观众线上娱乐时间被挤压等因素,新片的缺失被认为是线上观影数量下行的关键因素,换言之,线上观影的新片存

货不够。

院线新片一直以来是吸引用户观影的核心内容,《报告》显示,2019年爱奇艺热度TOP20影片均为院线新片,而今年由于院线停摆,院线新片供给严重不足,在热度TOP20中的占比降至40%,且多数为2019年上映的影片。30%为往期上映的院线新片,包括《冰雪奇缘》与《唐人街探案2》,余下30%为网络首播电影。

网络电影成为电影行业唯一活跃的市场,爱奇艺上半年上线176部网络电影,占市场总量达44.3%,分账票房超过1000万的影片数量已经达到23部。但由于网络电影的体量有限,依然难以解决院线新片缺失带来的问题。

为缓解院线大片之“渴”,各视频平台增强了片库影片的覆盖力度。在此期间,爱奇艺片库影片上新数量同比增长200%以上,并与腾讯视频、优酷等视频平台联合环球、索尼等电影公司推出“系列电影刷片抽奖”的活动。

线上观影心理价位 仅为三五元

虽有部分影迷在疫情期间采取线上观影的方式,但传统院线观影具有无法替代的优势。根据调研,在电影院院线恢复后,近

半数的观众愿意综合考虑线下或线上观影,基本就在线上或只在电影院看电影的选择,分别只有4%。

在观影行为上,人们线上观影时间与院线观影基本保持一致。爱奇艺数据显示,21:00-23:59是人们的观影高峰时间,中午12点至13点午餐时间也出现了流量峰值,从中午到午夜的12小时内,观影流量几乎占全天的70%。

由于观影高峰集中于用餐、睡前,用户观影行为日益碎片化,看完一部电影平均需要1.6次。其中,绝大部分观众会保持原速观看,10%的观众会开启倍速模式。

根据猫眼研究院对线上观影付费意愿进行的调研,73%用户曾进行过线上观影消费,22%从未消费,5%用户不记得。其中,64%的用户选择了“完全可以接受”与“比较能够接受”,明确不接受的用户占比仅为三成,证明线上付费观影模式可以被市场接受。

不过,愿意为线上观影付费的观众,对单片付费可接受的价格区间,还是远低于线下影院观影。《报告》显示,33%的受访者线上观影单片付费可接受的价格为3元,35%的受访观众选择了5元,两者比例近7成。接受单片付费为20元的受访观众,仅有5%。

聊城中国运河文化博物馆藏品征集公告



聊城中国运河文化博物馆是聊城市最大的集文物收藏、保护、研究、陈列、宣传教育于一体的大型综合类博物馆,也是国内第一座以运河文化为主题的专题博物馆。为充分展示运河文化,丰富展品内涵,提升展陈水平,把聊城中国运河文化博物馆建成国内一流展示运河文化的窗口,聊城中国运河文化博物馆现面向社会公开征集相关藏品、史料,特此公告如下:

一、藏品征集范围

- 1.反映聊城运河沿线以及聊城地区历史上各时代社会生产、社会生活的代表性实物。
- 2.反映聊城运河本体变迁的实物展品及资料,特别是与聊城运河有关的可移动文物,以及具有历史、艺术、科学价值的手稿和古旧图书资料等。

- 3.反映运河以及聊城地区发生的重大历史事件、革命运动或者名人物的具有重要纪念意义、教育意义或者史料价值的实物。
- 4.反映聊城运河沿线地区各时代民间生活习俗、文化艺术、工艺美术、宗教信仰的具有历史、艺术、科学价值的代表性实物。
- 5.反映聊城段运河在航运、

防洪、灌溉、输水、管理、农业遗产基地等方面的实物及资料。

- 6.反映聊城段运河促进中国大运河沿线地区的商业贸易、城镇兴起及其发展与繁荣的实物展品及资料。
- 7.反映各级政府保护与传承大运河文明的实物展品及影像资料,包括运河申遗、基础研究、立法、规划、保护机构、教育宣传等。

- 8.反映历代运河以及聊城地区有关的知名人士的代表性实物。
- 9.所征集文物时间上限不限,时间下限截止到上世纪70年代末。

二、藏品征集方式

- 1.保证藏品来源的合法性,提供人对藏品的合法性承诺法律责任和经济责任。
- 2.提供人所提供的藏品信息必须是未进入任何单位征集流程的藏品,在未收到我馆征集结果前不得将该批次藏品信息提供给第三方。
- 3.藏品征集将通过购买、捐赠、复制、借展等方式进行。鼓励提供人捐赠,经过鉴定决定收藏后,将为提供藏品的单位和个人颁发捐赠证书,并以适当方式予以奖励。
- 4.请提供人将藏品基本信息(名称、时代、尺寸、数量、来源、其他相关信息等)与照片(清

晰、多角度)以电子邮件形式发送至电子邮箱。

三、藏品征集时间

长期进行。

四、联系方式

◆ 邮箱: zhangxiumin1026@126.com
◆ 联系地址:聊城市东昌西路88号中国运河文化博物馆
◆ 联系电话:0635—6066115
张老师:13563540226
盛老师:13963517117

文物征集是一项长期工作,诚挚望热心公益事业,关心运河文化发展的社会各界人士踊跃捐赠,并欢迎提供相关线索。经过鉴定决定收藏后,将为捐赠藏品的单位和个人颁发收藏证书,并列为聊城中国运河文化博物馆荣誉馆员。

聊城中国运河文化博物馆
2020年7月13日