



(上接第3版)

◎ 戴运(上海电影股份有限公司总经理):
“电影+”是做加法,“新版图”是重画坐标



今天的主题是“电影经济新版图”,“电影+”是做加法,“新

版图”是重画坐标。电影版图往上,是内容与IP;往外,是场景与城市;往里,是技术与算力。电影还是中心,但它已经不是一个封闭的行业,而是一个开放的接口,连接消费、体验与意义,连接银幕、街巷和人心。

一是守正。内容是新版图的底图。无论传播方式怎么改变,“内容为王”的黄金定律没有变,影院依然是人与人深度共情的场所。好作品急不得,匠心就是慢下来——这是新版图上唯一不能挪动的坐标。

二是创新。横轴是场景,纵轴是IP。今天的好影院,不只提供播放功能,更要成为可进入、可停留、可分享的场景。这几年

我们践行“一院一品、一店一策”,把影院场景的主责主业做深的同时,向园区场景和跨场景融合延伸。纵轴是IP。今天定义产品,其实是定义一种“气味相投”——观众不再只是买一个完成品,而是借它表达自己。

三是求变。让AI成为新版图的新边界。在这一轮的变革里,上影做了三件事,一是建底座,靠智慧产业社区建成全国首个影视行业专属算力池与数字资产库;二是做内容,走通了从原创IP的AI原生制作到主流平台上线的完整链路;三是搭平台,与抖音、即梦AI火山引擎等平台合作。

◎ 孙德顺(之江电影集团有限公司副总经理、浙江时代电影院线股份有限公司董事长、总经理):
未来影院的目标定位是以电影院文化为核心的社交空间



对未来影院的目标定位是以电影院文化为核心的新视听、数智文娱、社交空间,通过技术引领、空间复用、模式创新三大路径,最终形成兼具技术标准、场景范式和运营模板的影院转型标杆案例。影院改革重塑工程的首个项目“伍佰坞”已在杭州开业。

伍佰坞的九大空间各具特色、可复用多种场景:既有搭载25.8米宽LED电影屏的商业影厅,利用LED自发光高亮度的特性摆脱封闭暗场的依赖,配合专业舞台灯光、音响、电动伸缩座椅等前沿技术,在放电影和做活动之间无缝切

换。也有取消传统起坡结构的,配置了弧形LED屏、专业演艺舞台和智能灯光系统,可体验电影主题音乐演出、脱口秀;通过电动伸缩座椅将影厅变成平整的黑匣空间,举办音乐节、街舞比赛等活动;还有集书咖、自习室、办公场景于一体的文化空间,配备CTX电影屏、可切换观影、K歌、游戏、观赛等模式的多元空间。

项目开业后,在国庆假期利用九大特色空间举办了各类活动35场,吸引客流超过5.7万人。10月5日,单日票房冲到全国第一名,非票房收入占比近30%。

◎ 陈印(中共宁波市委宣传部副部长):
价格做减法布局做加法,打造全域化影视产业版图



作为全国首批“电影+”消费综合试点城市,宁波市在推进电影发展中,一直在思考:除了传统功能外,电影还能城市发展和百姓生活带来什么?

一是在价格上做减法,通过发放消费补贴、设置潮汐时段的低价专场、开展惠民放映等方式,持续降低观影的门槛。

二是在布局上做加法,推动扎根大型社区产业园区,持续完善县城乡镇的“电影+”服务布局,努力将观影半径缩短至15分钟生活圈,打造让群众在家门口就能观影的影院布局。

三是优化场景,把城市空间变

成可沉浸、可打卡、可停留的光影场景。宁波提出“全城是片场”,四季都可创作,依托多处外景资源,串联多场景区域,打造多条“跟着电影游宁波”的打卡线路,推动影视取景地成为常态旅游地,把拍摄场景转化为文旅体验场景。

四是做强产业链。目前,宁波已形成“一城两园多基地”的全域化影视产业版图,聚集5000余家影视相关企业,外景资源设置配套设施,后期服务体系日趋完善,但产业链的短板依然明显。内容生产、后期制作、高端人才等环节偏弱,中小影视主体抗风险能力不强,长三角协同的深度还需进一步深化。

◎ 汪忆岚(中国电影资料馆〈中国电影艺术研究中心〉电影产业研究部副主任):
电影经济生态的灵魂在于对电影的热爱



电影经济分为三个层面:核心是电影制作、发行、放映,第二层是核心产业对上下游产业的带动,第三层是对消费的辐射影响。

电影通过长叙事、人物塑造、综合视听体验形成情感认同和银幕世界,为带动衍生品商品、旅游和主题体验等消费提供了基础。发展电影经济,需要以优质内容创造需求,以专业协作拓展产品与服务,并建立合理的收益回流机

制支持后续创作。

电影经济生态的灵魂,在于对电影的热爱,这份热爱体现在对电影作品的理解与尊重中,也蕴藏在吃住行游购娱的消费数据里,体现在人们因电影而产生的向往、认同与选择中。期待电影的魅力、对电影的热爱,能够联结文商旅展,激发各行业协同创新的创造力。

(下转第5版)

圆桌对谈第三组

第三组对谈的主题为“电影经济新版图”。戴运谈到,不会只把电影当作获取票房的项目,而希望它是多维度、全产业链的多元文化产品。他认为百年电影工业正面临最大的一次生产力变革,电影从狭义创作

逻辑变成产业链逻辑。十二年前他从金融行业加入上影,如今又和当年金融同事成为项目合作伙伴,感到“殊途同归”。面对无法改变的变革只能顺应,要建立电影产业的朋友圈和生态圈,全行业同仁需要一起努力。

陈印说,大家逐渐认识到电影对城市的价值。宁波的优势在于城市本身——有人文、有温度、有故事,与众不同。谈到长三角,他说浙江已建立全省协作工作机制,长三角开展影人产业面对面、成立协拍联盟,各城市有自身特点。下一步要共同做大长三角电影发展基础、培育观众和市场、做大生态。

孙德顺认为,要先把放电影、电影质量、服务品质、每部影片的市场策划和营销做

好,只有观众先进影院,影院多元业态才有基础。第二是深入调研周边客群画像,不能盲目跟风照搬,要围绕主流观众在多元消费上的需求打造业态模块。第三要专业的人做专业的事,影院团队不是万能的,而是提供场景、服务和运营能力的,要与其他行业合作共赢。

汪忆岚谈了两点:第一,影院、区域和企业都要重视先天资源和特殊禀赋,要了解自己在国民经济中的优势产业,并思考如何纳

入电影经济版图;后发区域和企业要观察电影经济已发展到什么阶段、版图网络是什么样,把自己纳入全国统一大市场下的网络和版图。第二,要找真正热爱电影的人做电影经济,只看经济不看电影、只讲数据不讲情怀都是短期短视行为,甚至伤害消费者、观众和电影;懂电影爱电影的人是用情怀、眼光和品位对经济赋能,这种赋能会传导并最终回馈电影人。