



# IMAX中国如何演好扩张新戏码

迫于利润增长压力,IMAX公司日前宣布IMAX自6月13日起在全球范围内裁员,裁员数量达百人,其中也包括IMAX中国的员工。自2011年成立以来,IMAX中国业绩不断增长。然而,与日俱增的销售成本、新生巨幕品牌的层出不穷以及国内电影票房市场整体增速放缓,正在迫使IMAX中国快速扩张的同时,寻求属于自己的多元盈利之道。



## 市场份额国内稳居第一

随着电影放映技术的不断迭代,2D电影早已满足不了时下消费者日趋多元的观影需求,而特效大片的风靡也让国内各式各样的巨幕进入“野蛮生长”阶段。作为全球巨幕市场的元老级公司,IMAX进入中国以来,市场占有率一直稳居行业第一,与此同时,凭借与万达电影、上海电影等影视公司的合作,更是在近五年来加速开启扩张模式。

据IMAX中国财报显示,2016年IMAX中国在大中华区的票房收入为2.96亿美元,全年IMAX中国新增117间影院,较2015年同比增长56%,影院总数达到424间。同时,IMAX中国还新增238个影院系统签署协议,超过前两年总和,使未完成影院合约总量达334间影院。

值得注意的是,今年以来IMAX中国更是动作频频,相继与博纳影业、幸福蓝海院线等企业达成战略合作,拓展在国内电影市场的影院布局,并计划在2017年安装约120间新影院,预期其中约35间属销售安排、85间属收入分成安排。

据某院线高管王先生透露,“数据显示,2015年IMAX中国在国内巨幕市场的占有率就已经达到了80%,随着2016年银幕数量的增加,IMAX中国毋庸置疑依然保持着市场份额第一的成绩。客观来看,尽管近两年来国内自主研发的巨幕品牌层出不穷,但比起IMAX来,无论是视效体验还是市场接受度,仍需要一段时间去改进与培养。因此,从短时间来看,IMAX在国内巨幕市场中仍会占据相对优势的市场份额”。

## 高收入难抵票房、净利双降

尽管在国内稳坐第一,领跑全球市场,但近几年来IMAX的发展也深受成本激增之困。“纵观我们的营业状况后,我们发现有必要使得成本结构合理化。过去几年,我们的收入增长得很好,但成本也在不断增长。”IMAX CEO查德·葛尔方近日在公开声明中表示,“更精简的成本结构将使我们在无论是强劲的还是疲软的票房期,都能够以更高效的方式扩大业务规模,更好地发挥营业杠杆作用。”

查德·葛尔方此番话闭,IMAX公司便于6月13日起在全球范围内展开裁员,裁员人数达百人,其中也包括IMAX中国的员工。IMAX中国对此回应北京商报记者称,此次全球范围内的重组对IMAX中国的业务不会构成重要影响。

值得注意的是,迅速增长的银幕数量让IMAX中国的总收入连续五年保持增长,但持续增长的营业收入却并未给IMAX中国带来同样高昂的利润回报。IMAX中国2016年财报显示,2016年大中华区IMAX票房收入同比下滑5.13%;单银幕平均收入93万美元,同比降低30.6%;票房收入下降的情况下,IMAX中国的销售成本却达到4923万美元,同比增长28.5%,这使得IMAX中国的利润出现下滑,2016年IMAX中国经调整利润为3760万美元,较前一年下滑13%。

除此之外,在市场竞争上,中国巨幕、POLYMAX等巨幕品牌在影响力等方面虽不如IMAX,但随着品牌化经营逐渐成熟,这些品牌的渠道优势仍会给IMAX带来一定的竞争压力。“与中国巨幕、POLYMAX等相比,IMAX影院的运营成本都相对高昂,这会成为IMAX扩张的阻碍。”保利影业投资有限公司公共事业部总监刘建峰表示,从观众层面来讲,大部分观众并不关心背后的巨幕公司,他们更关心的是票价,国产巨幕的低成本是一大优势。

“此外,适合摄制成IMAX版本的影片并不多,尽管IMAX中国为此与国内外影视公司开展相关合作,但国内大投资的影片普遍偏少,近期上映的《新木乃伊》、《神奇女侠》等好莱坞大片的票房表现也并不强势,这也会影响到IMAX中国的业绩。”王先生强调。

## 业务拓展机遇与风险并存

一方面是快速扩张随之带来的成本攀升;另一方面是国产巨幕品牌带来的竞争压力,无疑让IMAX中国的布局与扩张面临重重挑战。除此之外,公开数据显示,自2016年国内电影市场进入调整期以来,今年影视市场的表现仍然持续低迷,今年一季度内地市场电影票房累积142.5亿元,较去年同期的144.9亿元下降1.7%,观影人次首次出现负增长,累积4亿,同比下降3.6%。

“IMAX在国内的竞争力正在下滑,除了受到国内整

体电影市场低迷的影响,与观影群体对巨幕电影新鲜感的丧失也有着密不可分的联系。对于IMAX中国而言,仅依靠IMAX影片带来的票房收入很难在市场上长期保持良好的业绩表现。”中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举强调,“拓展在电影产业领域的综合布局不仅能为IMAX中国带来额外收益,也能增加整个企业的活力。但业务线的拓展并不简单,IMAX中国在其他领域也缺乏行业基点以及领域内的优势资源。”

为优化业务结构,IMAX中国也开展了一系列的业务扩张。家庭影院领域,IMAX中国在国内市场尝试家庭IMAX影院计划。电影投资制作方面,IMAX中国与博纳影业、华谊兄弟等影视公司进行合作,提前锁定影片。与此同时,IMAX中国也直接介入影片的投资甚至制作环节。2016年6月,IMAX中国和华人文化产业基金成立首期5000万美元的电影基金,预计将在未来三年时间里投资近15部华语大片,为每部影片提供300万-700万美元的资金支持。此外,IMAX中国还将成立IMAX VR体验中心,增加VR内容的产出,以此拓展在国内市场的布局。

回顾以往院线电影,《龙门飞甲》、《捉妖记》等多部国产电影曾转制为IMAX格式在院线上映,其中既有《西游降魔篇》等成功作品,但也不乏《爵迹》、《封神传奇》等票房惨淡的案例。随着国内电影市场进入调整期,国产电影票房颓势不减,IMAX中国选择投资国产影片也面临较大的风险。

在VR领域,虽然VR行业颇受资本青睐,但高端VR产品价格较高,与普通消费者之间存在一定的距离。虚拟现实技术目前也并不成熟,眩晕感、清晰度等问题亟待解决,VR行业一直难以实现盈利,据《中国VR体验店现状白皮书》显示,2016年全国3000家VR体验店中,实现盈利的仅三成。今年2月,Facebook旗下虚拟现实公司Oculus被曝关闭了200家Oculus Rift线下体验店,IMAX VR体验中心能否突出重围还有待市场检验。

中国电影家协会秘书长饶曙光认为,电影作为高新技术,不断涌现的技术变革也是电影产业未来发展的必然现象。但随着电影观众群体的观影习惯渐趋理性,大制作、大投资影片对观众的吸引力也在降低,影视业的核心仍然是优质的内容。

北京商报记者 卢扬 邓杏子/文 宋媛媛/漫画