

走进影院看奥运，乒乓球赛最卖座

满足观众多元化需求，“非电影内容”正重塑大银幕

胡玲玲 济南报道

三大售票平台 可预约影院看奥运

当地时间7月26日19时30分，北京时间7月27日凌晨1时30分，第33届夏季奥运会开幕式在法国巴黎举行，全球同步开启“奥运时间”。对中国观众来说，这次奥运会有了新的观赛方式——可以首次在电影院实时观看比赛。

7月21日，中影股份发行公司官方账号发文称，自北京时间7月27日起，符合直播放映条件的数百家影城将直播2024年巴黎奥运会。观众可通过猫眼、淘票票、中影电影通三大售票平台预约奥运会开幕式和包括乒乓球、羽毛球、跳水、排球、篮球等多个项目的放映场次。

据中影发行7月13日的声明，针对中央广播电视台总台2024年巴黎奥运会电视节目在中国大陆地区院线影院的发行放映，中国电影股份有限公司北京电影发行分公司已经与中央广播电视台总台达成独家合作。

“已经开始幻想在电影院里看乒乓球决赛的场景了，那一定是一场非常美妙的体验。”在“影院看奥运”总台2024年巴黎奥运会电视节目影院直播启动仪式上，奥运冠军、前国家队乒乓球运动员丁宁如此表达了自己的期待。

在体育爱好者聚集的群内，记者注意到，专业的大银幕和音响设备带来的“沉浸感”，以及一起分享激动人心时刻的“氛围感”，让他们期待在影院内留下有关奥运的难忘回忆。

排球迷黄女士表示，她至今都还记得，2016年里约奥运会，在电视前观看中国女排对战东道主巴西的“逆转之战”，她在激动之余，都能听到邻居为此次欢呼的声音。如今，有了这样的“观影”机会，无论最终成绩如何，她都想尽情为“女排情怀”买单。

预约场次“冷热不均” 影院更看重社会效益

7月27日凌晨，北京、上海、广州、深圳、南京等多个城市的数百家影城，观众们共同收看2024年巴黎奥运会开幕式，共度一段浪漫的“大银幕奥运之旅”。

在电影院观看奥运开幕式的观众表示，大家一起观看氛围更佳，“浪漫加倍”。其中，10座女性镀金雕像亮相、致敬全球女性的画面，以及主火炬点然后缓缓升空、自由飘动的场面引来全场欢呼。

想要加入“奥运直播”大军并不容易。



李梦瑶 济南报道

从样品到产品，从实验室走向生产线，科技成果能否“落地生根、开花结果”，离不开技术与需求的紧密对接。2024年6月以来，济南市政协组织省市区政协委员先后到驻济高校、科研院所、相关企业和平台服务机构进行了调研，了解科技成果转化情况并组织政协委员、行业代表展开座谈讨论，为科



7月30日，观众在电影院给中国乒乓球混双“莎头”组合加油。 博主“做电影的连城易脆”供图

因为是高清直播，实时播放，所以对设备、网络要求非常高，影院报名之后会收到中影的直播设备，先进行技术测试，测试效果好的影院才能通过审核。“通过审核后，主办方会寄来一个机顶盒，用来接收直播信号，以便放映时和影厅服务器连接。每场比赛在放映前三个小时结束售票，且不允许在影院现场购票。”济南百丽宫影城经理董文欣在社交平台上透露，他们影院可以预约多场奥运赛事，从目前销售情况来看，乒乓球决赛场次购票人数较多。

猫眼专业版显示，在奥运会所有赛事活动中，开幕式的人气最高，有近3万人想看；其次是7月30日进行的乒乓球混双铜牌战+决赛，近1600人想看。不过，其他的奥运赛事活动人气则不高，只有几十人到200人。在价格方面，记者发现，每张票的价格大多在30元~100元之间，稍高于寻常的电影票价。

30日下午，记者查询发现，北京地区多家电影院决赛票已售罄。在济南可供预约的三家影院中，混双决赛预约人数均较为可观，甚至其中一家影院的场次已经售罄，票价在40元上下浮动。而于31日晚举行的中国女篮比赛，仍暂未有人预约。

上海天山电影院市场经理骆佳捷在接受当地媒体采访时谈道，“直播奥运票房这一块不太好预判，但是我觉得其实是增加了更多人重新走进影院的可能。”

影院投资人彭崇喜认为，这次有头部企业牵头尝试“影院+奥运”的结合，最终的收益如何没有那么重要，这样的过程本身具有探索意义，不仅为电影院增添新的收入来源，而且还能带来影院品牌推广之类的社会效益。他预测，如果这次尝试成功，未来可能会有更多类似的大型赛事进入电影院，成为常态。



全国有八万多块银幕 “非电影内容”成重要赛道

据国家电影局数据，截至2023年底，全国共有营业影院14395家、银幕数86310块。而猫眼电影数据显示，近年院线电影总场次整体呈上升趋势，今年上半年达7118.1万场，但观影人次并未随之上升，由2017年上半年的7.8亿人次攀升至2018年的9亿人次后，2019年即有下滑迹象，今年上半年降至5.5亿人次，场均人次仅7.73人。

截至7月30日18时35分，2024年暑期档（6月—8月）总票房（含预售）突破75亿元。但对比同一时期，去年7月22日，暑期档票房已破100亿元。

出于“自救”等因素考虑，音乐会、脱口秀、展览等活动几年前开始陆续落地影院，大银幕上开始直播各类比赛、演唱会，“非电影内容”正在拓宽影院边界，重塑大银幕的更多可能性。

以电子竞技领域为例，腾竞体育在过去一年来，与全国16家头部影院共同打造了影院观赛活动，覆盖全国40个城市、508家影院的影院观赛活动已吸引超9000万人次线下曝光，近13万人购票观赛。

今年5月，湖南潇湘电影集团宣布旗下影院开始直播《歌手2024》节目，每逢周五影厅内都挤满了前来观看的歌迷。影院更具沉浸感的音响设备，让这一现象级音乐综艺节目粉丝“大饱耳福”。

事实上，“电影+”形态早已不止于实践层面，《“十四五”北京电影发展规划》就曾指出，要推动发展“电影+多业态”模式，拓展电影放映的社交化、特色化功能，打造电影文化生活新空间。

有业界人士表示，当前院线电影市场的内容供给还不能完全满足观众的消费需求。“未来电影院是否可以从后端内容运营需求，倒推设计建设？”影院投资人朝勒门坦言，传统的院线电影处于短缺状态，与观众的需求严重不匹配，也就是说，需要“非电影内容”来填补空隙。

“我常年泡在三线以下城市的影院，这些影院的地理位置很好，但文化资源很稀缺，一些脱口秀、音乐会、小型展览非常适合在影院举办，我们有时还会做些公益性质的小型演出。”朝勒门说，电影院最终还是要做好电影放映本身，让观众有好的观影体验，但“非电影内容”的运营也是一个重要的赛道。一方面像奥运会这样的大型赛事，要考虑如何让更多中小型影院参与进来，增强普惠性；另一方面是保持“可持续性”，即使在小城市的小影院，“非电影内容”也没有固定套路，这就非常考验运营管理团队的内容策划能力。

济南政协“商量”助力“加快科技成果转化”

搭建更多高水平成果转化平台，赋能泉城产业发展

技成果转化赋能泉城产业发展建言献策。

围绕“如何实现科技成果供需双方有效对接提高科技成果转化率”话题，济南市政协委员、济南鑫贝西生物技术有限公司董事长袁文虎建议，可以定期举办有关技术交流的沙龙，高校和科研院所定期发布一些技术成果，以便感兴趣的企业了解、对接。

“高校和科研院所可以与企业联合建立产业学院。”市政协委员、山东第一医科大学生物医学科学学院研究员鲁艳芹建议，通过建立产业学院，加深政府、高校和企业的融合互通。

畅通高校院所和企业交流渠道，让科研成果更贴近市场，还需搭建双方交流的平台。

山东大学智能创新研究院、济南晶谷研究院副院长孙涛建议，要建设一个专业化的中试平台，数据显示，经过中试环节的科研成果，产业化的成功率达到80%。

山东省药学科学院党委书记、院长张岱州认为，除了市场推广销售，还需要搭建更多高水平成果转化平台，把有关企业聚集起来，共同探讨信息、资源、政策等问题，相互借鉴经验，优势互补，互利共赢。

科技成果能否在当地实现转化，除了平台支撑以外，也离不开人才、政策、资金、管理等要素保障。

“要破除原有的唯论文、唯职称、唯学历的不良倾向，树立以创新、质量、绩效、贡献为

核心的科技成果导向。”山东省创新发展研究院区域中心副主任巩耀亮建议，要建立科技成果转化评价激励体制机制，推动科技成果转化高质量供给和转化应用。

市委金融工委专职副书记贾洪斐表示，他们和财政部门共同推动出台组建规模100亿元的天使创投母基金，并打造“海右路演”品牌。“海右路演”平台为一些科创企业和科技成果提供展示和交流机会，同时为其提供资金支持、信心支持、市场支持、人才支持和制度支持。下一步，济南市将以建设科创金融改革试验区为契机，推动银行、证券、保险和股权投资机构共同发力，更好地为科创企业服务。