

广告资讯

影响无处不在 中国最具投放价值的媒体

“北京现代”品牌战略透视

从现代,到未来,再到电影频道,北京现代驰骋品牌提升之路

CTR个案集群研究部

2014年1季度电影频道广告分析

6月激情无上限 且播且精彩



06

总第152期
2014年06月



OVERHEARD

监制 尔冬升 黄斌
PRODUCED BY DEREK YEE RONALD WONG

编剧/导演 麦兆辉 庄文强
WRITTEN & DIRECTED BY ALAN MAK FELIX CHONG

窃听风云3

上海大众斯柯达全新明锐特约播映

Octavia 全新明锐
— 新一代MQB平台 —

First Show

首映

《窃听风云3》首映庆典 首播5月29日20:55 重播31日11:30

由博纳影业集团领衔出品的最强华语系列电影终极篇《窃听风云3》5月29日将在电影频道《首映》栏目首次亮相。这部由尔冬升、黄斌监制，麦兆辉、庄文强执导，刘青云、古天乐、吴彦祖、周迅、方中信、叶璇、黄磊、曾江等演技明星倾情主演的影片，不仅有难得一见的梦幻阵容，题材重磅的全新故事也格外引人关注。因此该片虽未公映，却已然造成了不小的轰动。此次《首映》由上海大众斯柯达明锐劲爆助阵，更多精彩，敬请关注电影频道《首映》栏目！



JUNE“M”秀，新鲜有料

6月电影界内最引人关注的莫过于历时一周的第67届戛纳电影节。本届电影节中国之夜环节首次由电影频道全程主办。凭借电影频道强大的号召力，中国之夜吸引了大量中外影人到场，吴宇森、让·雅克·阿诺、贾晓晨、杨澜、张靓颖等电影界人士纷纷前来助阵，影视界、主持界名嘴、流行歌坛等各大行业知名人士齐聚戛纳，为本届戛纳电影节增加不少新鲜元素。除了线下活动的新鲜有料，6月电影频道荧幕上同样大秀精彩！

巩俐携《归来》的再度回归成为本届戛纳电影节的另外一个亮点。为配合电影界实力派演员的强势回归，电影频道特别推出“青春无敌”系列电影。巩俐、陈道明、刘晓庆、陈宝国等老戏骨经典作品再巨银幕。

如果说杰克·凯鲁亚克的《在路上》是荒诞不经、是垮掉的一代人的生活状态，那么电影频道的“在路上”便是笑料百出、轻松幽默的，是现今社会中极品屌丝的生活写照。6月中旬电影频道“在路上”系列公路片展播再度起航，《人在囧途》、《泰囧》、《无人区》等公路片同一时段陆续放送。

世界杯在夏日悄然来临之际进入倒计时，各大品牌已经成功就位，纷纷准备在世界杯期间大展身手。世界杯的到来让广告业乐开了花，企业品牌攒足了劲，同时也让广大男性观众的荷尔蒙迅速上升，彻夜不眠的日子时隔四年再次到来。电影频道通过对观众的细分特别在世界杯期间推出以男性观影口味为基准的“男性剧场”，在晚间24:10时段推出多部惊悚、动作类影片，不同口味的电影填补广大球迷苦等比赛时段。期间《诡屋》、《女蛹》、《模特魅影》、《电梯惊魂》等影片午夜强势登陆。

6月电影荧幕，期待您的关注！

目录CONTENTS

总第152期
2014年06月

06

电影频道-CCTV6

1996年1月1日,电影频道—CCTV6正式开播。电影频道—CCTV6全天24小时播出,每天播出11部中、外影片和各类动画片、纪录片、专题片等,并先后开办了《中国电影报道》、《流金岁月》、《佳片有约》、《世界电影之旅》、《光影周刊》、《爱电影》、《光影星播客》等十余个深受观众喜爱的栏目。

1999年电影频道开始组织拍摄数字电影,至今已拍摄千余部。电影频道拍摄的数字电影佳作频出,不仅多次获得中国电影华表奖等相关奖项,在国际上屡获殊荣。

在全面展示中国电影风貌、传播中华民族优秀文化的同时,电影频道也积极引进世界各国的优秀电影,并通过自办栏目介绍海外影视动态,追踪报道中国电影走向世界舞台所取得的各项成就。

近年来,电影频道积极开发节目资源,承办并转播了包括中国电影华表奖、金鸡百花电影节等在内的国内全部大型电影庆典活动,并转播奥斯卡金像奖等国际重大电影颁奖典礼。

电影频道致力于开发富有自身特色的节目资源,本着“规范经营、服务至上”的理念,为广告客户提供优质传播平台,与众多企业建立良好合作关系,广告收入持续稳定增长。



P08



P15

专题SPECIAL SITE

- 04** 广告大战越演愈烈
汽车品牌抢尝电影营销“小鲜肉”

品牌观察BRAND OBSERVATION

- 08** “北京现代”品牌战略透视
从现代,到未来,再到电影频道
北京现代驰骋品牌提升之路

风采MIEN

- 12** 创启未来 搞定大电影
第14届电影频道电影百合奖豪华阵容盛大绽放
- 16** 6月激情无上限 且播且精彩

数据DATA

- 18** CTR个案集群研究部
2014年1季度电影频道广告分析
- 22** 以观众为中心 创黄金时段新思维
电影频道2014年晚间时段用内容说话

2014年度《广告资讯》理事单位名单
(排名不分先后)

西藏山南东方博杰广告有限公司 陕西壹捌陆陆代理
西藏益康传媒广告有限公司 黄金壹捌陆陆代理
北京新壹捌陆广告有限公司 白天壹捌陆陆代理
北京万豪合盛广告有限公司 《电影星视界》独家代理
天津文传世纪文化传播有限公司 《爱电影》栏目广告独家代理
北京华诚广告有限公司 《佳片有约》独家代理

关注ATTENTION

26 老友 女性 华语
第67届戛纳电影节中国之夜价值新看点

27 月度巨献:《澳门风云》

28 6月播出国内影片介绍

《分子合约》
《形影不离》
《特工艾米拉》
《迷踪卓尔保罗》
《绝命航班》
《波普鲁冰雪大冒险》
《金刚王:死亡救赎》
《完美假妻168》

32 6月播出海外影片介绍

《鬼妈妈》
《全面回忆》
《洛杉矶之战》
《少数派报告》

34 节目预告表



资讯INFORMATION

36 2014年一季度传统媒体广告同比下降0.2%, 同期电视广告增长0.9%
中国已成全球第二电影市场 戛纳电影节成最佳国际交流平台
中国拟促公益广告发展: 电视台每天至少播10条



《广告资讯》2014年06月 总第152期

主办/Responsible Institutions:

国家广播电视总局电影卫星频道节目制作中心
广告部
Advertising Department, China Movie Channel,
State Administration of Radio, Film, and Television

编辑/Edit:

《广告资讯》杂志编辑部
Editorial Department, Advertising Information
Magazine

地址/Address:

北京市海淀区西土城路2号
No. 2, Xitucheng Road, Haidian District, Beijing

邮编/Post Code:

100088

广告业务咨询/Phone:

010-82046622(总机) 82044734

刊例投递咨询/Phone:

010-64488508

邮箱/E-mail:

guangge@xun@126.com

电影频道官方网站/

Movie Channel Official Website:
www.m1905.com

主编/Editor-in-Chief:

范海霞 Dang Haiyan

编委/Editorial:

张蕾 Zhang Lei
袁茵 Yuan Yin
乔江平 Qiao Jiangping
于蕊 Eva Yu
袁蓉蓉 Yuan Rongrong

责任编辑/Executive Editor

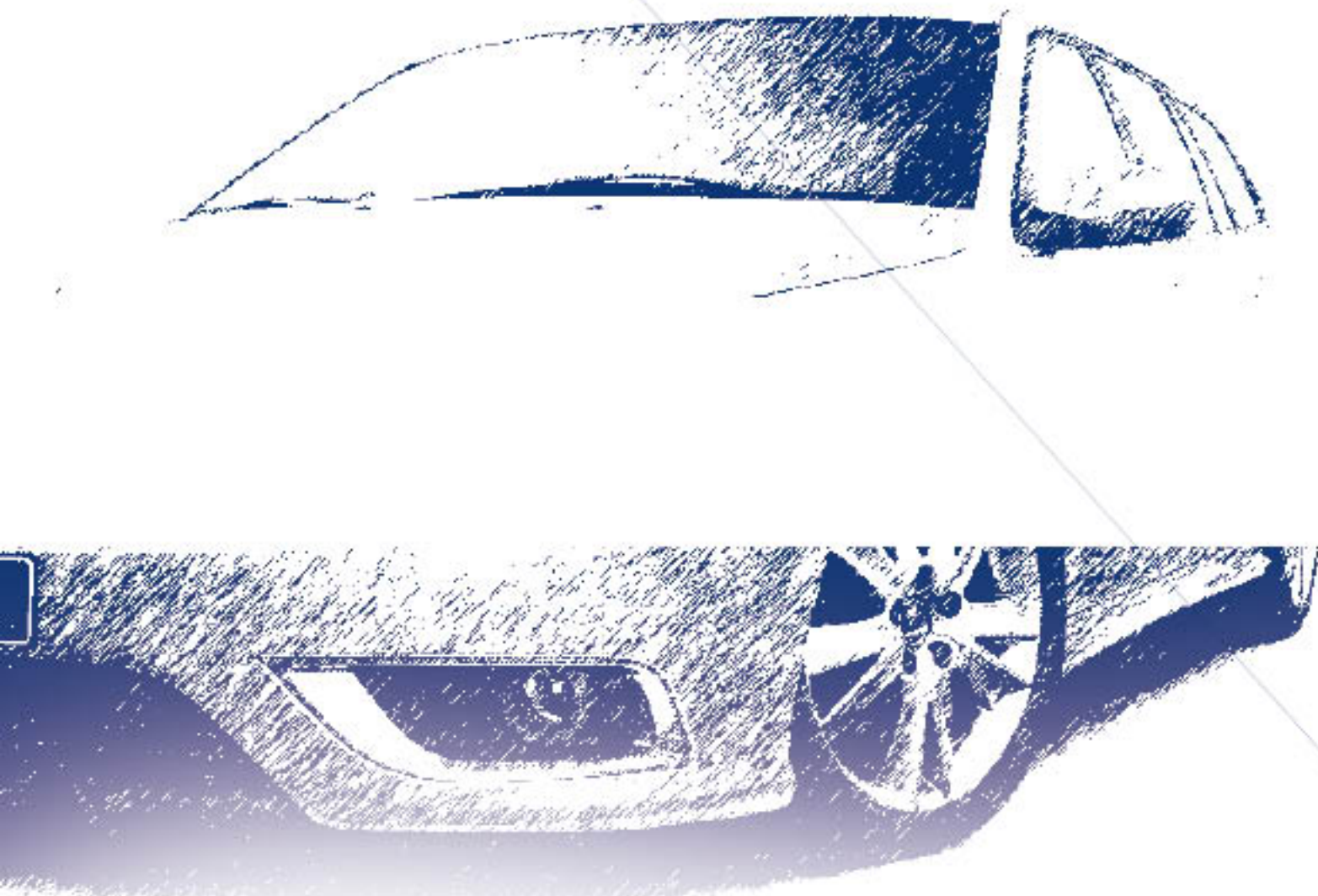
范晓慧 Zhao Xiaohui

美术编辑/Art Designer:

李鑫 Li Xin

设计制作/Design:

北京中银龙和广告有限公司 (010-64488508)
Beijing Zhongyonglong Advertising Co., Ltd.



广告大战越演愈烈

汽车品牌抢尝电影营销“小鲜肉”

如今走在马路上,各种品牌的汽车随处可见,无论是进口车还是国产车,无论是高档车、小型车抑或是SUV都能在这个汽车繁荣的年代找到自己的一亩三分地。与此同时,层出不穷的新车通过电视媒体进入普通消费者的眼里,持续地刺激着他们的购买欲望。一场电视广告的广告大战已经悄然打响。



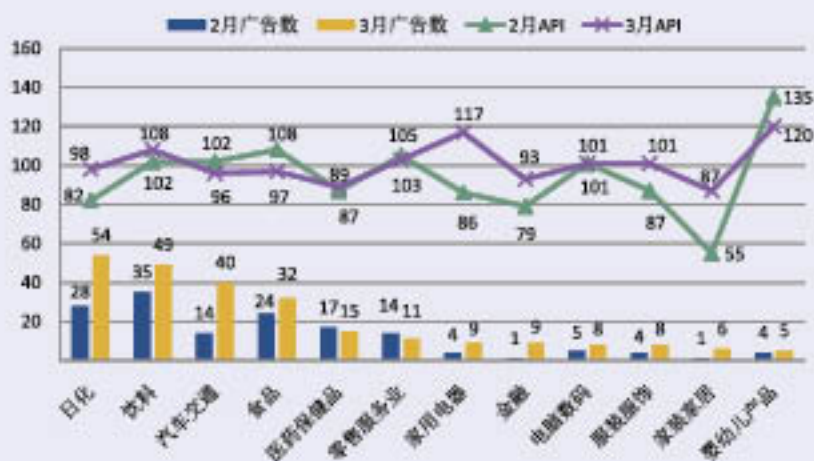
暗战打响硝烟四起,汽车交通行业广告数量迅猛增长

根据广告评估网ADEvaluation最新数据显示,2014年3月广告创意数量总计246条,较上月广告总体数量有大幅度的增加,今年以来第一次广告创意总数超过200。

从广告品类来看,比较2、3月广告创意数量,汽车交通、日化、饮料行业有明显的增加,日化和饮料分别以98和49的创意数量位居第一和第二。汽车交通增长幅度最大,位居第三;其他行业保持平稳。



2014年2、3月各行业广告投放数量和广告创意效果(API)评估



数据来源: ADExcellence, 33城市, 2014年2-3月



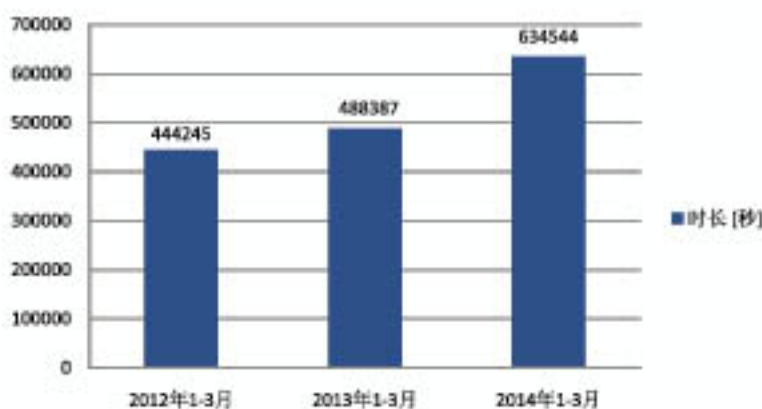
增长爆发点触手可及, 交通行业广告增长势如破竹

2014年交通行业广告投放迎来爆发式增长。在2014年央视招标竞争中, 主流汽车品牌悉数亮相招标现场, 首次呈现招标段车企全家福。上海通用、上海大众、克莱斯勒、东风悦达起亚等首次参加招标, 东风日产、神龙汽车、一汽大众、一汽大众奥迪等招标老客户继续强势出击, 在新老客户共同带动下, 2014年合资品牌在招标预售中的增长率达到100%。

受乘用车领域广告投放带动作用, 汽车配件行业广告投放明显增长。在中策、韩泰、陆航轮胎引领下, 轮胎行业投放增长超十倍。润滑油行业较2013年也有大幅增长。其中克莱斯勒首次参加招标, 并将央视作为新品牌形象全球首发平台。

数据显示, 2012年-2014年第一季度央视各频道交通行业广告呈大幅度增长态势, 其中2014年一季度同期增长幅度最大, 达到634644秒。

2012-2014年第一季度央视频道交通行业广告投放时长对比



数据来源: CSM, 35城市, 2012、2013、2014年第一季度



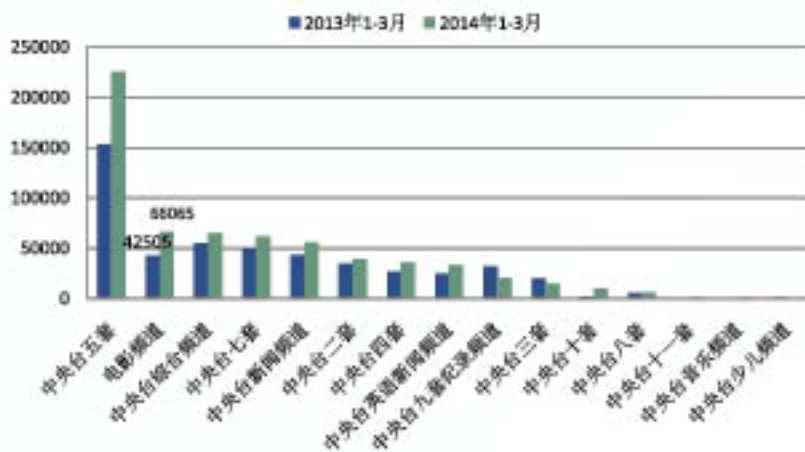
品牌大战愈演愈烈, 差异化营销成汽车营销重头戏

随着轿车品牌的不断涌现, SUV车型的崛起, 汽车配件行业的不断细分, 整个交通行业品牌竞争不断加剧, 品牌广告大战越演越烈。

推崇时尚、动感的交通行业品牌更加青睐差异化营销, 体育营销、电影营销、综艺营销为交通行业三大主要营销方式。

CSM数据显示, 2013、2014年第一季度交通行业在央视五套体育频道广告投放量最大, 且2014年具有大幅度增长; 其次是电影频道, 投放时长相较于2013年同样有明显增长, 仅第一季度投放时长就达到66065秒。

2013-2014年第一季度交通行业在央视频道广告投放时长对比



数据来源: CSM, 35城市, 2013、2014年第一季度

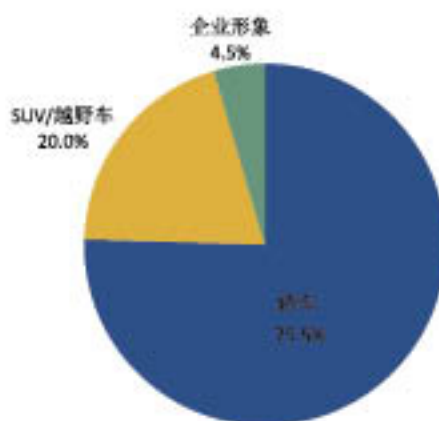


越野车、家用轿车上演龙虎斗，新车推广抢占电影营销“小鲜肉”

近些年来，SUV越来越受到中国消费者的青睐，在中国市场得到了快速发展。2011年增长20.2%，高于乘用车增速15个百分点；2012年增长25.5%，高于乘用车增速18.4个百分点；2013年增长49.4%，高于乘用车增速33.7个百分点。连续三年且速度持续提高的快速增长，客观地反映了SUV在中国汽车市场上良好的发展趋势和前景。

从电影频道第一季度汽车行业广告投放占比上看，SUV汽车势如破竹，广告投放时长时段增长，百分比不断扩大，迅速逼近家用轿车。由于电影频道优质的广告环境，交通行业投放的广告品牌主要为三个品类，分别是家用轿车、越野车、汽车企业形象。其中家用轿车占最大投放比重达到75.5%，越野车强劲赶超，投放占比达到20.0%，汽车企业形象占有少量比重，仅为4.5%。

2014年第一季度电影频道交通行业
各品类广告投放百分比



数据来源：CSM，35城市，2014年第一季度

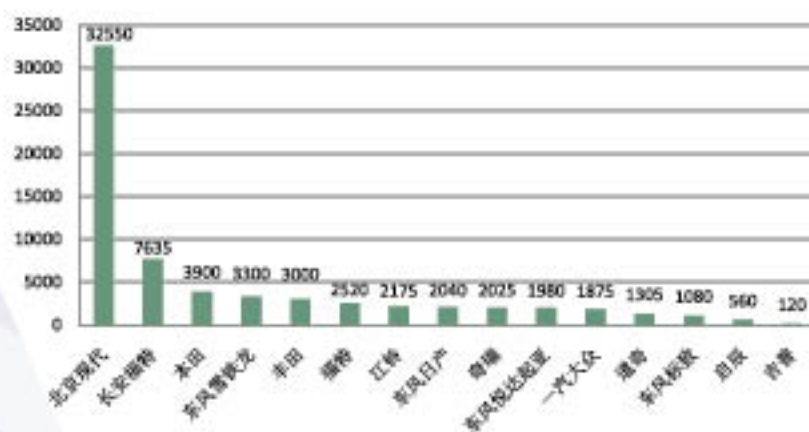


外资汽车品牌数量横行，本土品牌以投放时长占优

在汽车品牌中，欧美汽车品牌和日韩汽车品牌依旧在整个市场中表现出了其强势的一面，在广告投放上显露出不俗的实力，本土品牌在与这些欧美、日韩列强的比拼中，纷纷败下阵来，但本土的汽车工业正在迅速发展，从投放广告的数量上来看，本土品牌已经在与外资品牌看齐。

2014年第一季度电影频道交通行业各品牌车型广告投放时长数据显示，2014年第一季度电影频道新增汽车品牌9个，其中5个为外资品牌。外资品牌在数量上占据上风，高于本土品牌，但是投放时长上却远低于本土品牌。以北京现代为主的本土汽车品牌以投放时长优势力压欧美及日韩品牌，发展潜力不容小觑。

2014年第一季度电影频道交通行业各品牌车型广告投放时长对比



数据来源：CSM，35城市，2014年第一季度



北京现代
NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.

“北京现代” 品牌战略透视

从现代,到未来,再到电影频道,北京现代驰骋品牌提升之路

2013年年底,北京现代年销售100万辆/累计销售500万辆庆典暨品牌战略发布会活动在北京国家会议中心盛大举行。北京现代领导走上台前,按下500万和100万纪念灯牌,北京现代正式迈过“双百万”产销量大关。同时,北京现代还正式发布了其全新品牌战略“从现代,到未来”,为新十年“现代品牌”提升之路拉开了新的序幕。

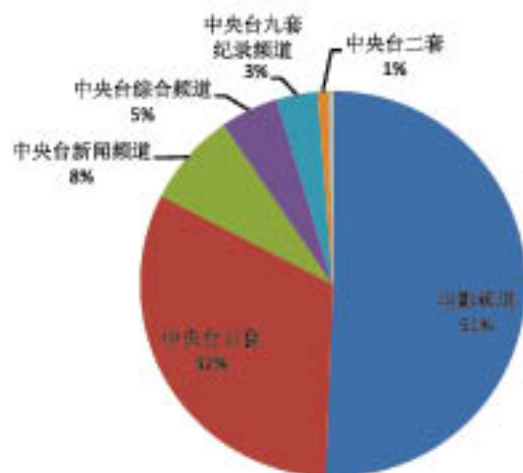


央视级媒体全面铺开，迈出品牌提升第一步

品牌提升，广告先行。从北京现代2014年第一季度在央视各频道广告投放量透视出北京现代品牌提升中迈出的坚实第一步。

2014年第一季度北京现代全品牌在央视全频道中选择6个重点频道进行广告投放，并制定了切实合理的广告投放策略。以六套电影频道及五套体育频道为主要投放平台，一套、三套、九套、二套为辅助投放。数据显示，第一季度北京现代在电影频道广告投放比重达到51%，占到一半以上比重；体育频道为32%。

2014年第一季度北京现代在央视各频道广告投放比重



数据来源：CSM，35城市，2014年第一季度

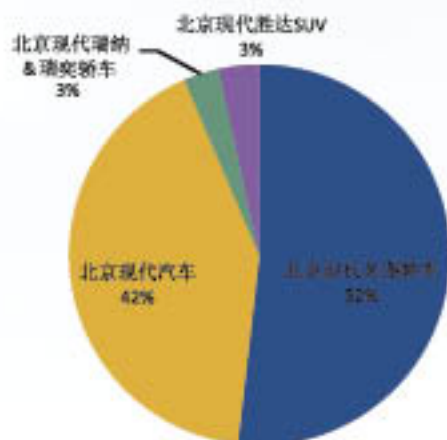
品牌形象广告大比重投放，坚定品牌提升脚步

进入2014年，众车企为了能在新时期获得更有利的业界地位与发展优势，竞争变得更加激烈。上海通用、上海大众以及一汽大众先后提出了更高的销量目标以及为实现这一目标而制定的产品规划和技术创新保障。同时广告力度不断增加，央视、省级卫视媒体同时发力，产品+品牌双管齐下提高车企竞争力。

在日渐加剧的市场竞争中，北京现代将导入新车作为2014年的最大看点。3月17日，北京现代旗下新瑞纳+瑞奕双子星组合全新上市，重磅出击A0级市场；在中高级车市场，索八+名图的双子星组合继续发力，名图凭借准确的市场定位、强大的产品力、品牌力抢占中高级车市场空白。

CSM数据显示，北京现代各品牌在央视频道广告投放比重中，全新上市的中高端轿车名图投放力度最大，投放比重达到52%，其次是2013年年底北京现代全新推出的“从现代，到未来”品牌形象广告投放，达到42%的大比重，瑞纳、瑞奕双子星及胜达SUV投放力度逐渐减弱，各占到3%。从北京现代品牌形象的大比重投放更加透视出北京现代大品牌的扩张决心。

2014年第一季度北京现代各系车型在央视频道广告投放比重



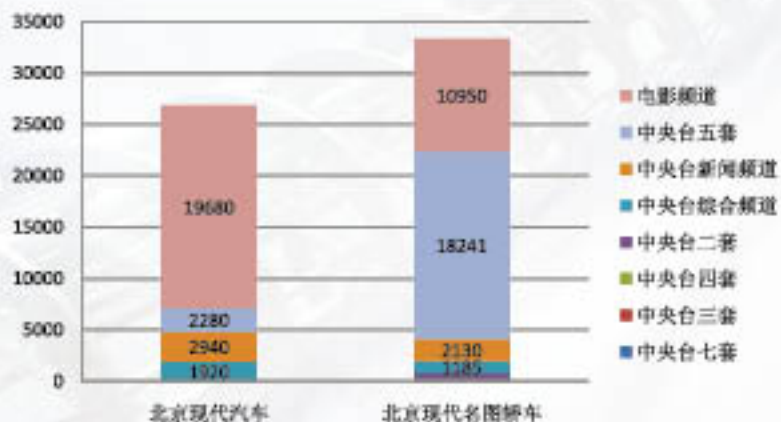
数据来源: CSM, 35城市, 2014年第一季度

从现代，到未来，再到电影频道，北京现代品牌提升井然有序

从2013年底，北京现代公布“从现代，到未来”阶段性的品牌战略规划开始，就意味着富有创意及革新精神的北京现代将与消费者一起迈向光明的未来。同时也意味着北京现代将“差异化品牌策略”的品牌经营作为企业重点。

仅第一季度北京现代品牌形象广告在电影频道投放量就达到19680秒，居于央视全频道投放量首位，且远高于其他频道投放总数之和。

2014年第一季度“北京现代汽车”和“北京现代名图轿车”两则广告在央视各频道投放时长对比



数据来源: CSM, 35城市, 2014年第一季度

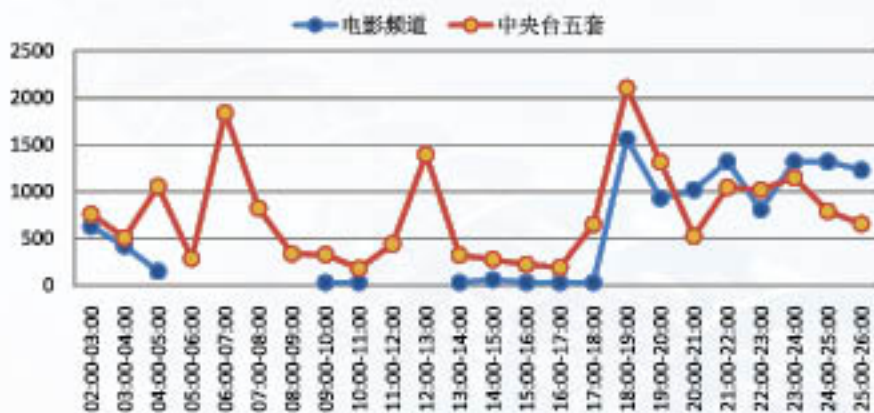
名图专攻中高端市场，全天锁定电影频道扩大品牌影响力

4月20日盛大开幕的北京车展中，北京现代携明星代言人“都敏俊”可谓出尽了风头，赚足了眼球。车展中北京现代中高级车名图以热销车为代表亮相，显示了强大的市场竞争力。名图作为专门为中国市场打造的“私人定制”车型，上市以来凭借符合国人审美的简约大气的外观、成熟稳重的气质和尽显高端的品质，备受追捧，首月即实现销量破万。

同样在广告投放上，名图主打中高端媒体平台。热衷体育营销的北京现代此次并没有将名图的投放主力完全集中于体育频道，同时在与休闲娱乐关联度更高的电影频道做了大量投放。

数据显示，2014年第一季度，名图在电影频道做了全天时段广告投放，而在体育频道则选了个别时段，且主要集中在晚间时段。名图在电影频道广告投放主要集中在三个时段高峰点，分别是上午06:00-07:00时段、中午12:00-13:00时段、晚间18:00-19:00时段，其次晚间20:00-25:00时段广告投放力度均保持高位稳定。

2014年第一季度“北京现代名图轿车”广告在电影频道和中央台五套单元小时广告投放时长对比



数据来源：CTR，投放时段：2014年第一季度

创启未来

第11

电影频道
豪华阵容

14th BAIHE AWARD
BY CHINA MOVIE
CHANNEL AWARDS
CEREMONY



搞定大电影

第14届 电影百合奖 内容盛大绽放

4月29日,第14届电影频道电影百合奖在北京国家会议中心隆重开启。本届百合奖不仅是对电影频道出品的优秀电影进行表彰,更是一个云集电影制作、宣传、发行、放映、经纪以及广告、金融、新媒体、游戏、时尚等跨界行业领袖,探讨“如何做出好电影”的专业交流平台。

颁奖当天,不仅邓超首次以“导演”身份亮相,还有尚雯婕为百合奖私人定制歌曲曝光。郭敬明、刘震云、芦苇等知名电影人受邀与电影频道及广大电影人共同探讨如何“搞定”电影各个环节,其中著名导演金依萌、非行更跟大家分享了“搞定”范冰冰、孙红雷等大牌演员的秘诀。电影频道对颁奖盛况进行了现场直播。

影片《胡巧英告状》和《孔二皮进城记》分获三项大奖,领跑本届百合奖。《胡巧英告状》获得了优秀故事片一等奖、优秀导演奖、优秀女演员奖三项殊荣。在2013年的电影频道传媒大奖上,沈傲君就是凭借《胡巧英告状》中的出色表演,成为最佳女主角;此次在百合奖再度封后,是对沈傲君演技的又一次肯定。

本届电影节以“创启未来,搞定大电影”为宣传口号,在整个呈现方式上紧扣宣传语,在舞美、主题上都突破传统电影节,将创新元素与百合奖完美融合,真正做到“创启未来”、“搞定大电影”、“搞定大明星”、“搞定大阵容”。



【创启未来】

“运智库”突破传统颁奖形式成最大特色

本届电影频道电影百合奖，无论是在舞美上，还是在主题上，都突破了传统颁奖典礼。舞美突破传统舞台结构，应用3D技术和全息技术分享，专门定制具有强烈科技感的未来舞台。在内容上，以“搞定”为主题，更加注重对中国电影产业未来的探讨，众多知名电影人在前期接受百合奖邀约时，得知本届主题，都表示十分赞赏，并对当天关于中国电影分享做了十分精心的准备，其中著名编剧芦苇还首次秀出《狼图腾》手稿，郭敬明也在现场对话电影先锋，探讨《小时代》系列的拍摄心得。

其中，电影“云智库”可谓是本次颁奖典礼最大特色，节目组邀请电影及跨界行业最具权威的领袖人物和翘楚精英组成“云智库”智慧团，坐镇本届电影频道电影百合奖。作为电影产业的中坚力量，他们为大家分享在电影路上，是怎样拍出一部好的作品，又如何“搞定”电影产业中各个环节。除了这些行业大拿，“云智库”还吸收了金牌编剧刘震云、芦苇以及郭敬明、邓超等电影圈中先后崛起的新晋导演，在引人深思的“如何做出好电影”的话题中，以更加幽默、诙谐的方式随时与现场嘉宾分享互动。



【搞定大电影】

十部影片搞定大电影，分享优秀电影大奖

去年11月，电影《大明劫》在内地上映，口碑零差评。导演王竞也凭借本片获得了第14届电影频道电影百合奖优秀导演奖。其实，王竞与百合奖的渊源颇深。早在2011年时，他执导的影片《我是植物人》就曾获得过百合奖优秀影片一等奖、优秀编剧奖和优秀男女演员四项大奖。到了2013年，王竞的《万箭穿心》获得业界一致好评，在当年的百合奖上也斩获了优秀故事片一等奖、优秀编剧和优秀女演员三项大奖。

当天，凭借《大明劫》捧起优秀导演奖杯的王竞感慨颇深，“感谢电影频道多年来对我的扶持和鼓励，没有剧组人员的支持也不会有这部电影。”此外，《胡巧英告状》的导演宋国锋与王竞一同分享了优秀导演大奖。

获得本届百合奖优秀故事片二等奖的五部佳片分别是：《秀水河子歼灭战》、《我叫阿里木》、《父亲的旅程》、《近距离击杀》和《大明劫》。摘得优秀故事片一等奖的五部佳片分别是：《辛迹》、《胡巧英告状》、《甘南情歌》、《战将周希汉》和《孔二皮进城记》。优秀编剧奖颁发给了两位编剧，分别是《孔二皮进城记》的编剧张挺和《辛迹》的编剧杨海波。影片《龙凤村儿女》获得了评委会特别奖，优秀儿童片则由《少年闰子毒》获得。





【搞定大明星】

邓超、尚雯婕搞定全场，众大咖共同分享“大电影”秘诀

相比往年星光熠熠的群星盛典，本届电影百合奖更加注重对电影本质与未来的探讨。凭借电影《分手大师》首次进军导演界的邓超将接棒去年以中等成本电影《人再囧途之泰囧》取得巨大成功的徐峥担任主题嘉宾，与“云智库”展开关于“如何搞定大电影”的讨论，并结合自己从资深演员到新晋导演的角色转变，邓超一步步分享他是如何搞定投资商、搞定剧本、搞定演员，最终搞定电影这个了不起的系统工程。

百合奖颁奖典礼上，分享嘉宾的加盟成为一大亮点。在2013年的百合奖颁奖典礼上，无论是金马影后杨千嬅现场重塑的“勇字宣言”，还是导演陈可辛关于《中国合伙人》的幕后故事，都引起媒体的争相报道。此次百合奖分享嘉宾阵容进一步升级。作为本届百合奖分享嘉宾的著名编剧刘震云，也在现场对“电影价值”阐述自己的看法。除了刘震云，《霸王别姬》、《狼图腾》等优秀作品的编剧芦苇也在颁奖典礼中掀起一番电影人对电影产业现状与未来的大讨论。

在颁奖典礼的表演中，节目组采用“独家定制”的策略，以配合本期颁奖典礼主题“搞定”将表演定制化，从尚雯婕的开场秀表演到《中国好歌曲》中为春晚作曲的莫西子诗、同时具有电影导演和音乐人双重身份的水木年华成员卢庚戌都为这次颁奖典礼进行独家定制的表演。



【搞定大阵容】

柏林电影节主席助阵百合奖，张艺谋等大导隔空送祝福

当天，在新片推介环节上，《情战》、《毛驴县令》、《变异危机》、《冰球小王子》等影片的主创都与观众分享了幕后故事。而柏林国际电影节主席James Schamus也来到现场，为电影频道电影百合奖助阵，张艺谋、廖凡特意录制了VCR，祝福百合奖的未来更加美好。



JUNE

6月激情无

从2014年年初,电影频道每月将最新最热的影片,通过对观众的细分及最佳时段的选择进行特殊编排,此举受到观众的热捧,并逐渐形成了电影频道独特的品牌元素。六月,在央视喊出“这个夏天,只有世界杯”之际,电影频道推出了三个主题系列影片展播。其中,“午夜男性剧场”的特别编排,是专门针对收看世界杯比赛的男性观众,在午夜时段推出的男性系列影片;另外,“青春无敌”系列影片以及“在路上”系列公路片展播也同时推出,用电影的力量迎接激情世界杯,精彩呈现在火热夏日!

60后、70后, 谁的青春最无敌?

巩俐携《归来》的再度回归成为本届戛纳电影节的一个亮点。为配合电影界实力派演员的强势回归,陈道明、刘晓庆、陈宝国、周润发、甄子丹等60后、70后实力派演员再度重归观众视线。《新龙门客栈》、《一代妖后》、《少林寺》等经典影片带您一起唤起那些与青春有关的日子。

青春无敌之刘晓庆
6月9日约11:15《神秘的大佛》

青春无敌之陈道明
6月10日约11:15《一代妖后》

青春无敌之巩俐
6月11日约11:15《红高粱》

青春无敌之陈宝国
6月12日约11:15《神鞭》

青春无敌之甄子丹
6月13日约11:15《新龙门客栈》

青春无敌之李连杰
6月14日约11:15《少林寺》

青春无敌之周润发
6月14日约11:15《龙蛇争霸》



上限 目播目精彩

公路不寂寞，极品屌丝闹不停

如果说杰克·凯鲁亚克的《在路上》是荒诞不羁、是垮掉的一代人的生活状态，那么电影频道的“在路上”便是笑料百出、轻松幽默的，是现今社会中极品屌丝的生活写照。“徐峥、王宝强、黄渤”中国喜剧电影三大宝6月16日开始齐聚电影频道，将公路电影与喜剧电影巧妙结合，为观众带来不一样的激情。

- 6月16日约9:00《人在囧途》
- 6月17日约9:00《人再囧途之泰囧》
- 6月18日约9:00《一路狂奔》
- 6月19日约9:00《意外的恋爱时光》
- 6月20日约9:00《无人区》
- 6月23日约9:00《暴走吧，女人！》
- 6月24日约9:00《转山》
- 6月25日约9:00《一路顺疯》
- 6月26日约9:00《禁止吸烟》
- 6月27日约9:00《走到底》

你绝对不能错过的世界杯午夜档

电影频道“午夜男性剧场”是专门针对世界杯时段，为广大男性观众开辟的一档午夜影片Party。世界杯期间，晚间00:08时段推出多部惊悚、动作、犯罪、伦理类影片，不同口味的电影填补广大球迷苦等比赛的时段。世界杯午夜档更是电影频道根据观众细分推出的又一创新性编排。

- 6月14日约00:08《追踪章鱼保罗》(世界杯首日)
- 6月15日约00:08《无间罪》
- 6月16日约00:08《化妆师》
- 6月17日约00:08《女蛹》
- 6月18日约00:08《诡屋》
- 6月19日约00:08《十二星座离奇事件》
- 6月20日约00:08《密室之不可靠岸》
- 6月21日约00:08《模特魅影》
- 6月22日约00:08《铁血娇娃》
- 6月23日约00:08《制服》
- 6月24日约00:08《迷城》
- 6月25日约00:08《老刘的婚路历程》
- 6月26日约00:08《春城》
- 6月27日约00:08《电梯惊魂》
- 6月28日约00:08《步步惊魂》
- 6月29日约00:08《光的棍》
- 6月30日约00:08《今天 明天》



2014

1季度电影频道广告分析

■ CTR个案集群研究部

宏观环境：2014年1季度电视媒体广告市场增速放缓

今年1季度传统媒体广告市场受前两个月的影响，整体同比略微下降0.4%。在传统媒体的各媒介中，电视的刊例花费微涨1%，广告时长同比缩减10%，报纸、杂志、电台、户外等媒体的资源量也均出现不同程度的缩减。

2014年Q1传统媒体广告花费情况

媒介	刊例花费	资源量
	同比%	同比%
电视	1%	-10%
报纸	-16%	-23%
杂志	-6%	-16%
电台	9%	-2%
户外（不含地铁）	0%	-7%
地铁	14%	12%

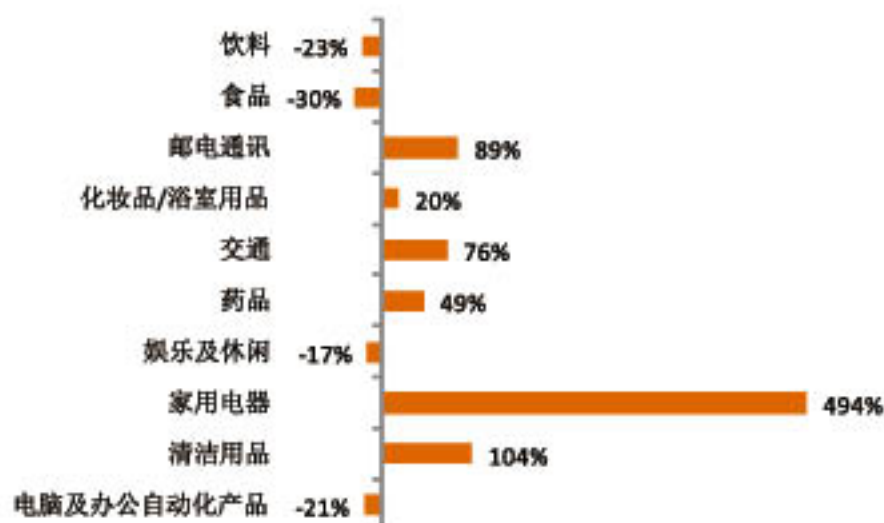
数据来源：CTR 媒介智讯



电影频道1季度广告投放中, 家电、邮电、交通等行业集体发力, 同比增幅显著

电影频道在今年1季度, 投放量前五名的饮料、食品、邮电通讯、化妆品/浴室用品和交通行业的投放量占频道整体投放量的73%, 行业集中度较为显著。在前五行业中, 饮料、食品今年同比略有下降, 邮电通讯、化妆品/浴室用品、交通等行业都有不同幅度的增长。其他投放量前十行业中, 家用电器和清洁用品行业的同比增幅较高。在电视媒体广告整体增幅放缓的大环境之下, 电影频道对于行业客户仍然具有较强的吸引力。

2014年Q1电影频道广告投放前10行业同比变化



数据来源: CTR 媒介智讯



行业大品牌在电影频道投放保持增长态势，媒体品质可见一斑

从今年1季度投放的前十品牌来看，电影频道对于各行业的代表性品牌依旧具有较强的吸引力。北京现代、中国移动通信、娃哈哈、康泰克、康师傅、华素、必胜客、雕牌等大品牌今年1季度在电影频道的投放量较去年同期均有较大幅度的增长。伊利和肯德基的投放量虽然同比略有减少，但总量依然保持较高水平。电影频道优良的广告环境有效确保广告传播的效果，获得了广告主的普遍信任。

2014年Q1电影频道广告投放前10品牌变化

序号	品牌	同比%
1	北京现代	新增
2	中国移动通信	313%
3	伊利	-22%
4	娃哈哈	22%
5	康泰克	159%
6	康师傅	180%
7	华素	76%
8	肯德基	-39%
9	必胜客	80%
10	雕牌	195%

数据来源：CTR 媒介智讯

电影频道坚守媒体责任, 公益广告播出质、量兼备, 赢得观众普遍好评

电影频道作为国家级媒体, 在媒体责任方面也表现出色。今年1季度, 频道在公益广告的播出量上逐月递增, 并且占商业广告的比重也远高于广电总局3%的要求。电影频道的公益广告不仅在量上有着较为出众的表现, 在公益广告的品质方面, 电影频道也是精益求精, 力求播出的公益广告能够为社会公众切身利益和社会风尚更好的服务, 在观众中也是获得了普遍的好评。

电影频道1季度公益广告播出情况

指标	1月	2月	2月
长度(秒)	12490	15100	15730
次数(次)	514	611	627
占商业广告比重%	5%	8%	9%

结语: 电影频道在今年开年大环境并不景气的情况下, 依托频道良好的媒体品质, 在广告方面依然保持较好的增长势头。无论是行业投放还是品牌投放方面, 都有较为突出的表现。不仅如此, 频道也积极承担媒体责任, 在公益广告方面表现出色, 获得了观众良好的口碑, 媒体影响力不断得以提升, 是广告主值得信赖的媒体。

以观众为中心 创黄金时段新思维

电影频道2014年晚间时段用内容说话

{编者按}

追根溯源话“黄金时段”

黄金时间段电视剧是电视台的创收主力，不得已，几乎所有的电视台都加入抢剧行列，电视剧价格越炒越高，电视剧的争夺演变成资本的竞争。

受到自办栏目，尤其是娱乐综艺节目和民生新闻节目高收视率的刺激，越来越多的电视台开始退出黄金时段的电视剧比拼，把黄金时间留给自办栏目，紧接着，又提出了打造“次黄金时段”的概念。

电影频道“黄金时段前延”则是通过对观众更加精准的分析之后开创了更具价值的晚间时段。本期数据小编将为读者佐证电影频道顺势而变，以观众为中心的创新思维。

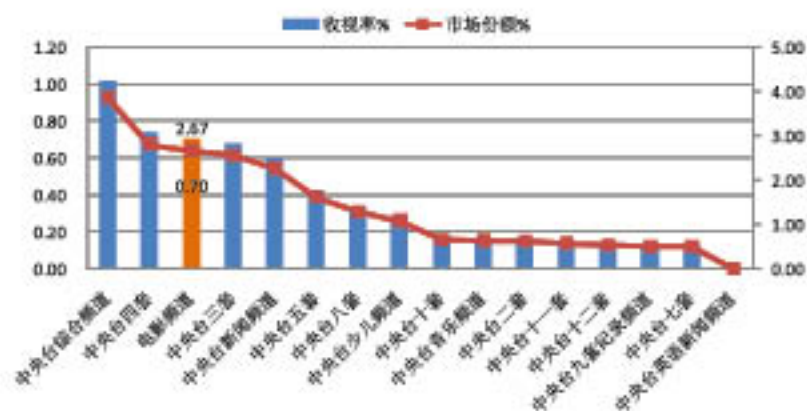
细分观众收视习惯，创新思维首创“黄金时段前延”

晚间19:00到22:00是传统的黄金时段，历来是最受电视台重视、竞争最凶的时段。这个时段一直是国家重点监管的时段，对它的限制也相对其它时段多很多。

2012年电影频道经过对观众收视习惯的细化分析，将精彩国片播放时段提前至19:00，在全国媒体“举国新闻”时段另辟蹊径播放最新最热国产大片，成功躲进黄金时段争夺重灾区。稳中求变是电影频道创新机制的不变宗旨，2014年电影频道再出创举，将晚间第一档国片时段提前至18:30，最具价值剧场《黄金时段》提前至20:15，在时段上满足更多观众需求。

数据显示，2014年1-4月电影频道在央视全频道中晚间时段收视排名第四，紧随晚间“黄金时段后延”开创者央视新闻频道，市场份额达到2.29%。

2014年1-4月央视各频道晚间时段(18:30-24:00)收视对比



数据来源: CSM, 33城市, 2014年1-4月



以年轻观众为创意立足点，用内容凸显晚间时段价值

2000年1月4日，广电总局推出了《关于进一步加强电视剧引进、合拍和播放管理的通知》，使得引进剧退出了19:00-22:00的黄金时段。随着人们睡眠时间的推迟，晚间十点档成为各家电视台争夺收视率的“次黄金时段”，而这也正是一些引进剧粉墨登场的绝佳时间，就连广告商也竞相跟进。

2000年开始对“次黄金时段”的打造至今已有14年之久，在这其间央视及省级卫视媒体在这时段浮浮沉沉。归根到底还是内容决定了时段的价值。电影频道对黄金时段的打造可谓电视媒体中的常青树，这源自于电影内容的独特性和对观众收视习惯的精准把握。

25-34岁观众在电影频道占据大量比重，同时也是晚间收视价值贡献最大的观众群。数据显示，2014年1-4月期间，电影频道晚间时段25-34岁观众收视率及市场份额远高于央视三套、八套，其中表现最为抢眼时段为21:45-22:00时段收视率达到1.20%。

2014年1-4月电影频道与中央台三套、八套晚间时段(18:30-24:00)
25-34岁观众收视率对比



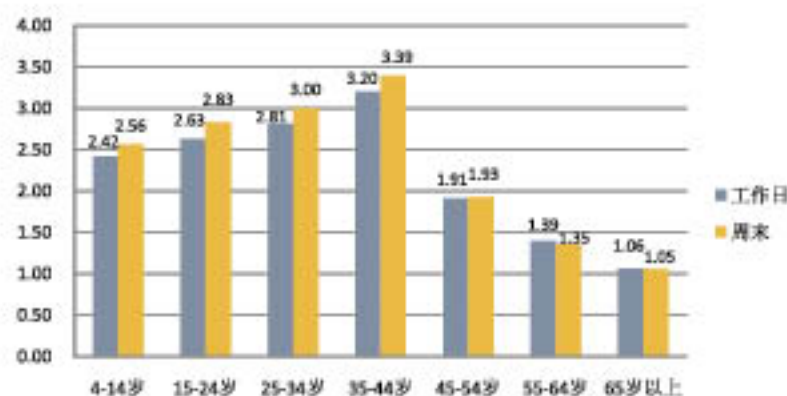


电影成周末晚间节目重要支撑，“周末时段思维”再创晚间价值新看点

央视及省级卫视中周末份额增长较多的频道主要以综艺、卡通、电影、体育类节目支撑。同时在周末收视增长较为明显的频道中，各频道不同年龄段观众收视增幅也存在一定的差异。电影在45岁以下观众中增幅明显，特别是在25岁以下观众中增幅明显，而青少年节目在25-44岁伴随收视的中青年观众中增幅较大。45岁及以上中老年观众周末收视增多的节目类型中还包括戏剧类型。

2014年1-4月电影频道周末晚间时段35-44岁观众仍占重要比重，市场份额达到3.39%，其中15-24岁青少年增幅最为明显，周末晚间时段市场份额由工作日的2.63%升至2.83%。

2014年1-4月电影频道工作日与周末晚间时段(18:30-24:00)
不同年龄段观众市场份额对比



数据来源: CSM, 35城市, 2014年1-4月

老友·女性·华语

第67届戛纳电影节中国之夜价值新看点

法国时间5月15日晚,由电影频道节目中心主办的中国电影之夜活动,在戛纳Majestic酒店海滩举办。当晚,盛大的场面令整个戛纳都为之侧目,即使已经到了深夜,依然有不少影人围在门口,想要进场一睹盛况。节目开场的烟花表演更是将戛纳的夜空点亮,高高挂起的红灯笼也使得现场的景色更加美轮美奂,书法展示环节还让外国友人领略到用毛笔撰写中国字的乐趣,十分难得。

作为中国电影之夜活动的主办方,电影频道为中外影人搭建交流平台的举动也受到了各方的高度赞扬。备受期待的影片,全球瞩目的影人,每一年的戛纳中国之夜都不会缺少惊喜和精彩,今年也不例外。“老友”、“女性”、“华语”或许会成为2014年戛纳电影节中国之夜最值得期待的看点

老友

吴宇森携女亮相,
全家为中国之夜点赞

当晚,吴宇森、让·雅克·阿诺等诸多重量级明星都来到现场。吴宇森与妻子、女儿一同亮相,对于中国电影之夜活动,吴宇森予以了高度评价,“今年的中国电影之夜更加盛大,来参与的国际影人特别多,大家都意识到中国电影已经越来越发达,中国电影市场越来越大,这个活动就是个很难得的机会,展现了我们电影的优势。”



女性

张靓颖、杨澜倾情助阵,
电影频道携众女星一起
走出去

本次戛纳电影节女性导演作品备受关注,中国之夜中女性同样是最亮丽的一道风景线。当晚,张靓颖、于冬、杨澜、金巧巧、金莎、夏梓桐、阿甘等众多影人的到场,使得中国电影之夜成为当晚戛纳最闪亮的活动。影人们都表示,能够参加此次活动非常荣幸,对于主办方电影频道,众人更是赞不绝口,认为电影频道在推动国产片走出去方面所做的贡献有目共睹。



华语

电影频道助推国产片
海外影响力日渐强大

随着中国电影市场愈加繁荣,中国影人也加快了走出去的步伐。范冰冰、李冰冰、周迅等女星都出现在了好莱坞大片中,而且戏份逐渐增多。为了博得中国观众的青睐,不少好莱坞电影中都特意添加了中国元素。

在这样一个大背景下,电影频道在戛纳举办的中国电影之夜活动,无疑是给中国电影走向海外搭建了一个良好的平台,不仅将最新、最优秀的国产片展现在世人面前,同时也为众多中国影人提供了一个走出去的桥梁,意义深远。



月度巨献

《澳门风云》

The Man from Macau

合家欢贺岁喜剧赌片

播出时间 || 2014年6月2日(周一) 20:15《娃哈哈黄金院线》

编剧 || 王晶

导演 || 王晶 钟少雄

主演 || 周润发 谢霆锋 杜汶泽 景甜 高虎

制片国家/地区 || 中国

影片类型 || 喜剧 动作

上映日期 || 2014年

01

编者手记

闻名中外，曾担任美国赌场保安总顾问的魔术手石一坚，退休回澳门，举办生日宴，好友Benz哥与他的儿子小冷以及外甥牛必胜由香港来到澳门祝贺。一日，大陆、香港以及澳门三地警方，竟不约而同地找上石一坚，希望他可以帮助对付DOA组织集团的高先生，但被石一坚婉拒。

小冷与牛必胜希望石一坚收他俩为徒弟，石一坚虽欣赏小冷，但奈何已经退休，只好拒绝。殊不知，当晚竟遇上了杀手，杀手们不问原因直接追击小冷以及石一坚爱女阿彩，后有中国公安洛子雯相救，但阿彩最终还是受伤失忆。

石一坚彻查幕后的黑手竟是高先生，石一坚与小冷二人联手，加上洛子雯三人，布下奇谋妙计与高先生斗智斗力，誓要查个水落石出，将他绳之于法。

影迷心声

赌神发哥不再赌，王晶很聪明的和广电打擦边球，百家乐、麻将、斗地主都是极其简单的赌方儿，谢霆锋是配角，发哥才是主线，那个久别的王晶总算回来了。

——新铁臂刀





播出时间 || 2014年6月2日(周一) 约15:00

《分手合约》

A Wedding Invitation
一个关于爱和守候的故事

编剧||秦海燕 阿美
导演||吴基桓
主演||白百何 彭于晏 吴佩慈 蒋劲夫
制片国家/地区||中国 韩国
影片类型||爱情
上映日期||2013年

编者手记

父母双亡的何俏俏和同班同学李行是一对青梅竹马的恋人。毕业前夕，李行向俏俏求婚，不料竟被她用“没有达到她想要的物质条件”为理由，狠心地拒绝了。于是这对分手恋人立下了“5年后若单身就结婚”的誓言。俏俏远走上海，自尊心受挫的李行则留在北京打拼。5年约满，当俏俏满心以为李行还在为自己守候的时候，却得知李行要和自小在法国长大的白富美周蕊结婚的消息。面对突如其来的变故，俏俏倍受打击，不甘心的她只有求助于“闺蜜”毛毛，准备将李行抢回来。

影迷心声

看哭了……如不曾经历千回百转，你不会懂得，中途那么多的枝枝蔓蔓，需要的是你与他留在时光里的披荆斩棘与披星戴月。

——徐微墨

《形影不离》

A Wedding Invitation
一部另类都市电影

编剧||伍仕贤
导演||伍仕贤
主演||凯文·史派西 吴彦祖 龚蓓苾 何炅
制片国家/地区||中国大陆
影片类型||剧情
上映日期||2012年

编者手记

中国南部某城市，29岁的李越是个高科技假肢公司一位疲惫不堪、分身乏术的工程师。故事的开始李越试图自杀，却恰巧被他的老外邻居老查救下，俩人因此成为了好朋友。老查慢慢帮李越解决了工作上的问题和与妻子阿胖感情中出现的问题，于是开始不断发生惊险刺激而笑料百出的场面，“失控”的他们共同踏上了生命中的一个完全意外的旅途。

但老查真的只是一个普通的邻居吗？

影迷心声

本剧兼具剧情、悬疑、爱情、幽默元素。吴彦祖高压片男+玩世不恭史派西+神经分裂，颇有武侠大师徐克《深海寻人》风范。

——taoxinxu 非凡



播出时间 || 2014年6月5日(周四) 约15:00

《特工艾米拉》

AMEERA

反恐谍战动作大片

编剧：小徐 编剧：焦婷婷 戎川

导演：小徐

主演：许绍洋 胡梦媛 连凯 韩素媛 安圣浩

制片国家/地区：中国

影片类型：动作

上映日期：2014年

编者手记

影片由新锐台湾导演小徐执导，是中国第一部完全仿照好莱坞题材的反恐谍战动作大片。女特工艾米拉在海外某地执行任务时遭遇意外停职，情绪低落，回到家中发现家中也遭遇横祸。艾米拉在和男友杰森步步破解谜团的过程中发现了众多神秘人物，而黑暗组织企图制造的生化危机也逐渐浮出水面……

影迷心声

《特工艾米拉》，其实就是用诚意，上演了一次大片式的谍战商业动作戏，更是玩转了一次“空中飞人”，展现了令人震撼的视觉奇观。现在“性感女特工”都成了近来网络的热点搜索了！

——云飞扬 2014



播出时间 | 2014年6月7日(周六) 20:15(娃哈哈黄金档)



播出时间 | 2014年6月14日(周六) 约 00:08

《追踪章鱼保罗》

Paul the Octopus

阴谋论电影 中国初体验

编剧：小江 林炳宝 李冀 陈克 王倩

导演：小江

主演：田原 连晋 黄健翔 李承鹏

制片国家/地区：中国

影片类型：剧情 惊悚

上映日期：2010年

编者手记

一条知道太多的章鱼，注定活不了太久。一块包藏着世界杯内幕的芯片，必然震惊世界。国际赌球组织派出杀手连晋和田原找寻丢失的芯片，芯片内容涉及到国际最大的赌球集团和一些参赛队的内幕。中国足球界的几个著名人物：黄健翔、李承鹏、谢晖、张群，他们由于各自的原因同时来到南非，亲临世界杯赛场，并卷入了内幕，遭遇追杀，险象环生。

影迷心声

片中加入了追踪、暗杀、枪战等这些惊悚动作片的必备元素，第一次如此紧贴国际流行元素，演绎东方式的阴谋传奇，《追踪章鱼保罗》很FASHION。

——铁任

《绝命航班》

Last Flight

飞机上的人性考验

编剧 | 周文武贝 皮特·卡梅隆

导演 | 周文武贝

主演 | 艾德·维斯特维克 艾米丽·桑斯芮 朱珠 李晨浩

制片国家/地区 | 中国

影片类型 | 动作 灾难

上映日期 | 2014年

编者手记

一架老旧的波音747飞机载着仅有的九位乘客从位于太平洋中心的好运岛飞往新加坡，由于乘客的锐减，该航线已经被取消，这次是其最后一次夜间飞行。飞机起飞后，怪事便不断在这趟最后的航班上发生，先是土著老太突然发狂非要带孙女下机，又是商务舱电视屏幕离奇中断，接着又是自闭症女孩举止诡异，最后连空姐杰西卡也被发现惨死在洗手间。飞机上仅有的十四个人开始陷入恐慌之中，而这时危险也正一步步地逼近……

影迷心声

如果咱星人能看懂电影，那么他们的观后感应该不会太好，这也是导演赋予影片一处很大的戏剧冲突，平常生活里看着温顺乖巧的小宠物，最终化龙复活，大开杀戒，观众在大跌眼镜的同时也难免不寒而栗。

——木易孝敦



播出时间 | 2014年6月27日(周五) 20:15《娃哈哈黄金档》



2013年1月25日 全国公映

《波鲁鲁冰雪大冒险》

Pororo's Racing Adventure

韩国“波鲁鲁”首次出征中国的故事

编剧 | 谷源

导演 | 朴英均

主演 | 李善 李美子

制片国家/地区 | 中国 韩国

影片类型 | 剧情 动画

上映日期 | 2013年

编者手记

素有“韩国第一动画品牌”之名的“波鲁鲁”，自2003年诞生后，便凭借其胖嘟嘟的蓝色身躯，头戴飞行帽、脸上架着一副圆圆镜片的萌系造型，及活泼开朗、充满好奇心又有些淘气的乐观性格而倍受小朋友喜爱。此次小企鹅“波鲁鲁”首次出征中国银幕，上演了与朋友们齐心协力挫败坏蛋赛车手“步步”的连串阴谋，最终夺得“诺斯比亚”雪橇比赛冠军的故事。

此外，片中满满的童真和萌趣对年轻观众来说也不失为一次轻松欢乐的观影之旅。

影迷心声

这是一个穿越片，波鲁鲁从小孩子的纯情世界穿越到大人的百态世界中，它没有被这个世界改变，但却改变了这个世界。

——inside

播出时间 | 2014年6月22日(周日) 约 07:00《少儿影院》



播出时间 || 2014年6月13日(周五) 20:15《娃哈哈黄金线》

《金刚王：死亡救赎》

The Warth Of Vajra

热血硬汉真猛男

编剧 || 虞泓
导演 || 罗永昌
主演 || 释行宇 刘承俊 张雅玫 南贤俊
制片国家/地区 || 中国大陆
影片类型 || 动作 剧情
上映日期 || 2013年

编者手记

二十世纪四十年代初日本侵略集团扶持各类侵略组织，以图从精神和武力上完全征服中国。日本哈迪斯神社就是众多日本侵略组织中的一支。哈迪斯神社选择在中国福建南少林山脚下建立基地。金刚王，一个被从小贩卖到哈迪斯从事杀子训练的少年，因反抗这个组织的信条而逃亡，在其人生的关键时刻，邂逅南少林武学宗师而成为一个爱国主义者。南少林宗师传授其绝技，嘱其为民族而战，为救助陷入土楼的中国少年和各国搏击精英，金刚王不畏强暴，不惧生死，独闯土楼。

影迷心声

释延能的一身中山装煞气十足，拳脚了得，打得日本鬼子四处逃窜，那十七秒金刚必杀技更是因为爱的力量而变得无比强大，非常精彩的武打影片。

——伊凡

《完美假妻 168》

Lock Me Up, Tie Him Down

无厘头老祖的新起点

编剧 || 刘镇伟
导演 || 刘镇伟
主演 || 徐若瑄 何炅 王学兵 蔡梦妮
制片国家/地区 || 中国
影片类型 || 爱情 悬疑 喜剧
上映日期 || 2014年

编者手记

通过本片刘镇伟对于爱情提出了新的命题，悬疑元素的加入让爱开始被质疑，但刘镇伟的电影里情却是永远不变的，被质疑的爱对上从不变的情，这让电影充满了矛盾和转折。

原本家庭美满、生活幸福的完美主妇Tiffany在自己家中遭遇匪徒，匪徒以Tiffany丈夫被绑架的视频要求Tiffany与之假扮168小时夫妻。Tiffany却在与歹徒斗智斗勇、努力寻找解救丈夫线索的过程中发现了很多自己从来都不知道的往事和真相……

影迷心声

不管是什么生活，认真的生活就是快乐的生活。

——Dariner



播出时间 || 2014年6月22日(周日) 约 18:30《周日点映》



播出时间 || 2014年5月31日(周六) 约 22:20《伊利亚典佳片有约》

《鬼妈妈》

Coraline & the Secret Door

一个充满好奇心女孩的奇妙旅程

编剧 || 亨利·塞利克 尼尔·盖曼

导演 || 亨利·塞利克

主演 || 达科塔·范宁 泰瑞·海切尔

制片国家/地区 || 美国

影片类型 || 喜剧 家庭 奇幻 动画

上映日期 || 2009年

编者手记

卡洛琳是一个十几岁的小女孩，对身边的一切都充满了好奇心。因为种种原因，她举家搬迁到另外一个小镇居住。这个全新入住的小镇对于大人来说是相当的阴郁和诡异，但这一切在卡洛琳的眼中都是那样的有趣，不论是训练了一个老鼠马戏团的老爷爷，还是整天吵架的怪异姐妹，都成了她探索的对象。但最神奇的事情还不是这些，卡洛琳发现在这栋老房子里有一个惊天的大秘密！她家里的门的牌号停留在13这个最不利数字上，而在客厅里还隐藏了一道谁也没发现的门，这道门后面通向哪里呢？

影迷心声

真的好久没有看过这么动人的动画了！故事太棒了~而且我真的很揪心，现在还没有完全从紧张中缓过来，也许是触动了童年某种深层的记忆。总之确实打动了！

——U 鬼

《全面回忆》

Total Recall

拦截记忆码，新宇宙威龙

编剧 || 马克·鲍姆贝克

导演 || 伦·怀斯曼

主演 || 柯林·法瑞尔 凯特·贝金赛尔

制片国家/地区 || 美国

影片类型 || 动作 科幻 惊悚 冒险

上映日期 || 2012年

编者手记

在一次记忆转换的过程中，由于程序出现了可怕的错误，道格拉斯一下子变成了一个被追捕的猎物。他发现自己身边根本没有的人是值得信任的，除了有叛逆精神的女战士梅琳娜，她为一个秘密的地下抵抗组织领袖马提亚工作。随着现实与梦境之间的那条分界线越来越模糊，道格拉斯处在命悬一线的紧要关头。他不但知道了自己的真实身份，还得知了他和真正爱的人不得不面对的最终命运。原来在此之前，他一直活在由记忆构成的谎言当中，最终奎德在英联邦机械战警进攻殖民地之前，炸毁了天梯阻止了总理的阴谋。

影迷心声

未来城中国元素很多啊！场面宏大，剧情给力，很多细节很棒，值得关注！

——麦子



《洛杉矶之战》

Battle: Los Angeles

科幻外壳下的战争片

编剧 | 克里斯托弗·贝托里尼

导演 | 约翰·达顿·贝里曼

主演 | 艾伦·艾克哈特 米歇尔·罗德里格兹 布丽姬·穆娜

制片国家/地区 | 美国

影片类型 | 动作 科幻 战争

上映日期 | 2011年

编者手记

2011年夏天，无数枚陨石坠落地球，导致12个国家的沿海城市悉数毁灭。原来，陨石是由一群神秘的外星人操纵，外星人让陨石着陆地球，展开残酷无情的屠杀和破坏。作为世界上的头号超级大国，美国自然也无法避免这场灾难。随着入侵者的增多，美国只有西太平洋的洛杉矶暂未沦陷。海军陆战队中士麦克·纳兹受命编入威廉姆·马丁内斯中尉的小分队，准备与外星人展开殊死搏杀。适值此时，外星入侵者成功登陆，并杀入人口稠密的圣莫尼卡区。军方决定诱敌深入，再对敌人施以空中打击。为了营救无辜，纳兹和马丁内斯的小分队义无反顾冲了进去……

影迷心声

很美国主旋律，音乐一起，气势雄浑。

——姚桃淘电影

2011年度最震撼的科幻战争巨制

《蝙蝠侠》艾克哈特 《阿凡达》罗德里格兹

末日决战 惊世奇观



播出时间 | 2014年6月14日(周六) 约 22:20《伊莉金典佳片有约》



《少数派报告》

Minority Report

未来先进的预防犯罪的手段

编剧 | 菲利普·迪克

导演 | 史蒂文·斯皮尔伯格

主演 | 汤姆·克鲁斯 柯林·法瑞尔 萨曼莎·莫顿

制片国家/地区 | 美国

影片类型 | 动作 惊悚 剧情 科幻 悬疑

上映日期 | 2002年

编者手记

乔恩就是犯罪预防组织的一个主管。在一次通过“先知”成功阻止了一起因外遇引起的人命案后，乔恩隐约感到了这一套完美的预防犯罪系统中隐含的秘密，那就是少数派报告。原来，共有三个“先知”一起判定一个人是否有杀人企图。当出现分歧时，按少数服从多数原则定案，但最后若证明少数那一方是正确的，则会秘密保存一份少数派报告。

乔恩一觉醒来，突然发现自己已是昔日同事的抓捕对象。乔恩唯一的出路就是找到能证明自己清白的那份少数派报告……

影迷心声

比较有新意的科幻电影。能改变的都不是过去，能预知的都不是未来。

——Q

播出时间 | 2014年6月21日(周六) 约 22:20《伊莉金典佳片有约》

MOVIE FACTORY LINK

片场链接

▶ 周五《动作90分》约18:30播出

6月06日《夺樽》
6月13日《特工艾米拉》
6月20日《神州第一刀》
6月27日《大内密探灵灵狗》

▶ 周五《环球影院》约22:20播出

6月06日《盗梦空间》(美国)
6月13日《灵魂战车2: 复仇时刻》(美国)
6月20日《加勒比海盗4: 惊涛怪浪》(美国)

▶ 周六《少儿影院》约07:00播出

6月07日《龙刀传奇》
6月14日《黑猫警长》
6月21日《赛尔号》
6月28日《飞吧 霹靂》

▶ 周日《少儿影院》约07:00播出

6月08日《海之传说-妈祖》
6月15日《西岳奇童》
6月22日《波鲁鲁冰雪大冒险》
6月29日《麋鹿王》

▶ 周六《少儿影院》约09:00播出

6月07日《神奇海盗团》(美国)
6月14日《全明星超人》(美国)
6月21日《萨米大冒险》(比利时)

▶ 周日《少儿影院》约09:30播出

6月01日《无敌破坏王》(美国)
6月08日《老雷斯的故事》(美国)
6月15日《小战象2》(美国)
6月22日《萨米大冒险2》(比利时)

▶ 周六《影人1+1》约13:00+15:00播出

6月07日 弗兰奇·莫尼兹:《少年特工科迪》+
《少年特工科迪 2: 目标伦敦》(美国)
6月14日 钟欣桐:《双子神偷》+《白狐》
6月28日 谢霆锋:《男儿本色》+《澳门风云》

▶ 周六《周末影院》约18:30播出

6月07日《力王》
6月14日《绝境逢生》
6月21日《举起手来!》
6月28日《烈火金刚 上》

▶ 周六《伊利金典佳片有约》约22:20播出

5月31日《鬼妈妈》(美国)
6月07日《全面回忆》(美国)
6月14日《洛杉矶之战》(美国)
6月21日《少数派报告》(美国)

▶ 周日《周日点播》约18:30播出

6月08日《线人》
6月15日《大富之家》
6月22日《完美假妻168》
6月29日《苏乞儿》

▶ 周日《周日点播》20:15播出

6月08日《一路惊心》
6月15日《百星酒店》
6月22日《十兄弟》
6月29日《英雄豪杰之苏乞儿》

▶ 周日《周日点播》约22:20播出

6月01日《创: 战纪》(美国)
6月08日《天际浩劫》(美国)
6月15日《我是谁》(中国香港)
6月22日《霹雳火》(中国香港)

TRANSMARINE THEATER 海外剧场

周一 约13:00播出

6月02日《中华英雄》(中国香港)
6月09日《热带鱼》(中国台湾)
6月16日《马永贞》(中国香港)

周一 约22:20播出

6月02日《兔子洞》(美国)
6月09日《巴黎, 我爱你》(法国)
6月16日《国王的演讲》(英国)

周二 约13:00播出

6月03日《大奖赛》(韩国)
6月10日《与犯罪的战争》(韩国)
6月17日《举起金刚》(韩国)

周二 约22:20播出

6月03日《我们来自未来2》(俄罗斯)
6月10日《幻影追凶》(加拿大)
6月17日《狂暴飞车》(美国)

周三 约13:00播出

6月04日《巴士奇遇结良缘》(中国香港)
6月11日《雪儿》(中国香港)
6月18日《支那》(中国香港)

周三 约22:20播出

6月04日《战马》(美国)
6月11日《天赐良机》(巴拿马)
6月18日《复核调查》(法国)

周四 约13:00播出

6月05日《恋爱操作团》(韩国)
6月12日《特别搜查本部》(韩国)
6月19日《狐狸特工》(韩国)

周四 约22:20播出

6月05日《火线干探之袭击事件》(德国)
6月12日《不列颠之战》(美国)
6月19日《拳外重生》(丹麦)

周五 约13:00播出

6月06日《猛龙过江》(中国香港)
6月13日《失业生》(中国香港)
6月20日《情人石》(中国香港)

资讯

INFORMATION

2014年一季度传统媒体广告
同比下降0.2%，同期电视广
告增长0.9%

中国广告协会报刊分会、央视市场研究媒介智讯4月29日发布《中国报纸广告市场分析报告》。数据显示，2014年第一季度传统媒体广告比上年同期下降0.2%。其中，电视增长0.9%，广播增长9.4%，户外增长4.1%，报纸下降16.0%，杂志下降6.2%。监测数据表明，电视对传统媒体整体的拉动明显减弱，而平面媒体成为整体下降的主要原因。

今年1月、2月，由于春节影响，广告并不乐观，而3月广告呈现快速增长势头。数据显示，在3月份环比大增的22.6%中，电视广告增长了17.1%，广播广告增长了39.1%，户外广告增长了5.0%，而报纸广告增幅高达111%，杂志广告也增长43.7%。虽然环比大幅增长，但3月传统媒体广告同比仅持平，为零增长。其中，电视增长1.9%，广播增长12.0%，户外增长6.9%，报纸下降18.8%，杂志下降5.1%。

中国已成全球第二大电影
市场 戛纳电影节成最佳
国际交流平台

近年来，中国已成为全球第二大电影市场，预计2014年的总票房将跨过40亿美元大关，创造的成绩可谓举世瞩目，而戛纳国际电影节这一平台提供的助力不可小觑。今年3月，中国新影人基金欧洲电影大师班在北京电影学院正式开课，《帝企鹅日记》编剧米歇尔·菲思勒以及《狼图腾》导演让·雅克·阿诺都与众人分享了拍片经验与心得体会，而讲座并没有就此结束，戛纳市场部接手了电影大师班第二期的相关活动。

第二期所提供的平台互动性更强，8位中国独立电影人凭此机会向投资方、合拍片制作人以及影片销售代理人展示他们的电影作品，随后2天时间与合作方进行一对一深入研讨，最终大师班第二期在5月19日举行新闻发布会及颁奖仪式。

中国拟促公益广告发展：电视台每天最少播10条

据国务院法制办公室网站消息，为促进和规范公益广告发展，工商总局起草了《公益广告促进和管理暂行办法(征求意见稿)》，向社会公开征求意见。

《意见稿》要求，广播电台每套节目每日公益广告播出数量不少于6条(次)；电视台每套节目每日公益广告播出数量不少于10条(次)。其中，广播电台在6:00至8:00之间、11:00至13:00之间，公益广告播出数量分别不少于2条(次)；电视台在19:00至21:00之间，公益广告播出数量不少于4条(次)。

此外，中央报纸日常版面16版(含)以上的，每月刊登公益广告总量不少于8个整版；日常版面少于16版多于8版的，每月刊登公益广告总量不少于6个整版；日常版面8版(含)以下的，每月刊登公益广告总量不少于4个整版。省(区、市)和省会、副省级城市党报、晚报、都市报日常版面12版(含)以上的，每月刊登公益广告总量不少于6个整版；日常版面12版(不含)以下的，每月刊登公益广告总量不少于4个整版。其他各级党报、晚报、都市报和行业报，每月刊登公益广告总量不少于4个整版。





午夜影片Party大开播

激情点燃世界杯

惊悚、动作、魅惑，午夜影片档挑战你的神经，赶在世界杯开播之前刺激你的荷尔蒙，为狂欢预热。
《女蛹》、《模特魅影》、《春娥》、《电梯惊魂》等激情大片登陆电影频道午夜档，撼动你的感官。

Gentlemen，在女朋友睡着之后，锁定电影频道，放胆来看吧！

