

广告资讯

影响无处不在 中国最具投放价值的媒体



大众娱乐电视领跑全国中心城市
电影频道 35 中心城市观众回流

GTR个案集群研究部
电影频道改版收视效果分析

电影频道“吃”成娱乐休闲大本营
2011-2014年间电影频道娱乐休闲行业广告增长迅猛

07

总第153期
2014年07月

AGE OF EXTINCTION



1905 电影网 《变4》中国首秀 电影网全程关注

6月21日晚，由派拉蒙携手1905电影网、1905影业举办的《变形金刚4：绝迹重生》中国首映庆典活动在上海黄浦区世博创想秀场举行。首映庆典红毯上，主演马克·沃尔伯格、中国女星李冰冰等电影主创一一现身。电影制片方派拉蒙影业副主席罗勃·摩尔、协拍方1905电影网总编辑兼1905影业董事长梁龙飞和家诚公司董事长、前奥斯卡主席西德·甘尼斯等高层也盛装出席。首次来到内地的好莱坞男星马克·沃尔伯格一亮相就引来一片尖叫，笔挺西装衬得他潇洒帅气，而不时停下为粉丝签名的举动又显得他很是亲和。

本次中国首映庆典由电影网全程视频播出，并将在5月27日在国内同步北美以3D、IMAX 3D、中国巨幕版本上映。



电影频道“电影视界杯”宣战世界杯

你还在为找话题而恶补足球吗？你还在为夏天丢失遥控器统治权而生闷气吗？你还在强迫自己的双眼关注世界杯吗？

别再为这些伤神了，这个夏天不是只有世界杯，还有“视界杯”，让自己真正做遥控器的主人。用行动做你所想，用遥控器见你所想。电影频道暑期特别编排继续强化暑期播出季概念，用黄金时段推出强档大片带动非黄金时段主题展播，形成全时段、全类型、特色鲜明、收视竞争力强的影片集群，为观众呈现一场别开生面的“电影视界杯”。

七月，电影频道暑假特别编排，7月4日至13日《英雄之战》、《大雨天官》、《百变爱人》、《李可乐寻人记》、《玛德2号》、《近距离击杀》、《盗马记》、《冰封：重生之门》、《整容日记》9部首播影片暑期巨献。7月14日至20日，电影频道强档巨制《毛驴县令》系列，潘长江喜剧风格热情上演，开足火力与“制冷”暑期档的世界杯一拼高下。

另外，火热夏天怎能少了时尚高端的电影盛典：暑期来临，中国电影新力量、上海国际电影节、长春电影节、金鸡百花电影节都将陆续举行。期间在电影频道协办的第17届上海国际电影节环节中，电影频道传媒大奖将再次以权威奖项的形象亮相。

在这场“电影视界杯”与“足球世界杯”的对战中，谁输谁赢？收视率说了不算，你说了算，关键就看你好哪一口！

7月电影频道绝对值得你期待！

目录CONTENTS

总第153期
2014年07月

07

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、传播中华民族优秀传统文化的同时,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



P16

专题SPECIAL SITE

- 04** 电影频道“吃”成娱乐休闲大本营
2011-2014年间电影频道娱乐休闲行业广告增长迅猛

品牌观察BRAND OBSERVATION

- 08** 超能营销 超乎所能
超能借助电影频道打造电影娱乐新风尚

风采MIEN

- 12** 世界杯“制冷”暑期档? 电影频道撞档不信邪
- 16** 《窃听》又归来 《首映》再起航
电影频道《首映》栏目联合上海大众
掀开华语电影终极篇

数据DATA

- 18** CTR个案集群研究部
电影频道改版收视效果分析
- 22** 大众娱乐电视领跑全国中心城市
电影频道35中心城市观众回流

2014年度《广告资讯》理事会成员名单
(排名不分先后)

西藏山南东方博古广告有限公司 陕西金博传媒代理
西藏益康传媒广告有限公司 陕西金博传媒代理
北京新晋传媒广告有限公司 白天金博传媒代理
北京万豪合盛广告有限公司 《光景星报》独家代理
北京华城广告有限公司 《佳片有约》独家代理

关注ATTENTION

26 六月/上海 十里洋场 十足电影腔调
电影频道传媒大奖上海之约

27 7月播出国内影片介绍

《一号目标》
《英雄之战》
《李可乐寻人记》
《两枪2号》
《近路离家录》
《西游记之大闹天宫》
《狼与记》
《冰封重生之门》
《整容日记》
《百变大美人》

32 7月播出海外影片介绍

《惊天魔盗团》
《BJ单身日记》
《钢铁侠3》
《拜见岳父大人3》

34 节目预告表

资讯INFORMATION

36 今年中国电影票房超百亿 国产片市场份额过半
广告主电视广告预算逐渐向在线视频转移
电视仍然是儿童接触最多的媒体



P30



《广告资讯》2014年07月 总第153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:

010-64489508

邮箱/E-mail:

guangge@126.com

电影频道官方网站/

Movie Channel Official Website:
www.m1905.com

主编/Editor-in-Chief:

党海燕 Dang Haiyan

编委/Editorial:

张蕾 Zhang Lei
高茜 Yuan Yin
乔江平 Qiao Jiangping
于强 Yu Qiang
袁蓉蓉 Yuan Rongrong

责任编辑/Executive Editor

赵晓辉 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 (010-64489508)
Beijing Zhongyonglonghe Advertising Co., Ltd.

电影频道“ 2011-2014年间

Yum!

伴随着休闲消费在人们的生活中所占的比重越来越大,各种形式的休闲消费也层出不穷。休闲餐饮就是休闲消费在传统餐饮中的具体体现。其次是使用休闲运动的体育用品及用于办公的教学用品与服务。随着城市品牌概念的不断深化,以山东为首的旅游品牌异军突起,逐渐占据娱乐休闲半壁江山。

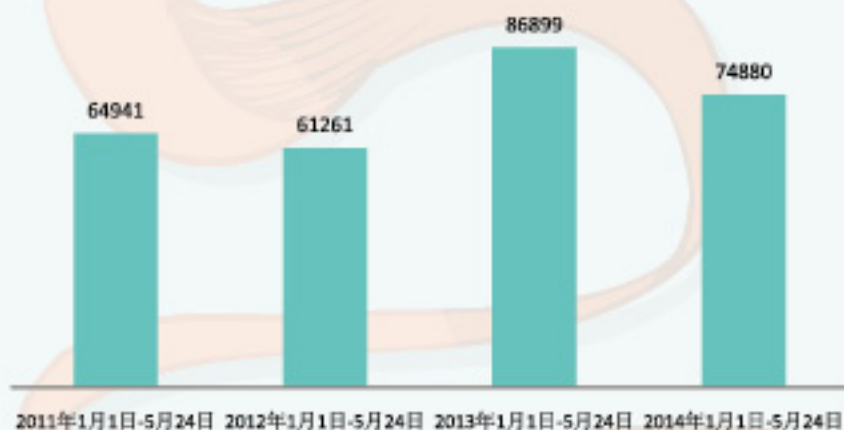
作为一个年轻、时尚、有活力的频道,娱乐休闲行业一直在电影频道广告格局中占有重要位置,处于广告投放第一梯队行业,仅次于化妆品行业,且广告投放量逐年上升。

从2011-2014年电影频道娱乐休闲行业广告投放时长对比不难看出,娱乐休闲行业广告投放量呈逐年上升趋势。其中,2013年投放量同比增幅最大,不到半年时间,广告投放量达到86899秒。2014年广告投放总量低于去年同期,为74880秒,但仍高于2011、2012年间期。

“吃”成娱乐休闲大本营

电影频道娱乐休闲行业广告增长迅猛

2011-2014年电影频道娱乐休闲行业广告投放时长[秒]对比



数据来源: CSM, 35城市, 2011-2014年(1月1日-5月24日)

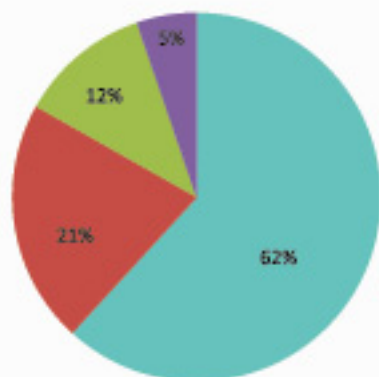
“吃文化”盛行，占据娱乐休闲行业半壁江山

人们的消费观念不断在转变，人们的消费理念已经从吃好过到吃出健康、吃出文化。复合式休闲餐厅恰恰顺应人们所需，无论是食品原料的营养、安全，还是富有特点的装修环境、柔美的音乐、优质的服务都让人感到轻松、舒适。消费者对于西式就餐方式的认同正逐渐升温，休闲餐饮服务也逐渐成为电视平台的主角。

数据显示，休闲餐饮服务、体育用品及服务、教学用品及服务及旅游城市形象为电影频道娱乐休闲行业四大组成部分。其中，2014年上半年电影频道娱乐休闲行业中休闲餐饮服务行业品牌占大量比重，百分比为62%，高于其他三个行业投放量之和。随着体育界四年一度的世界杯到来，2014年体育用品服务行业品牌也加大品牌宣传，广告投放比重占到21%，仅次于休闲餐饮服务。教学用品服务与旅游形象广告投放量各占到12%及5%。

2014年1月1日-5月24日电影频道娱乐休闲行业广告投放比例

■ 休闲餐饮服务 ■ 体育用品及服务 ■ 教学用品及服务 ■ 旅游/区域形象



数据来源：CSM，35城市，2014年1月1日-5月24日

中西方餐饮文化激情碰撞，百胜两兄弟引领“吃风潮”

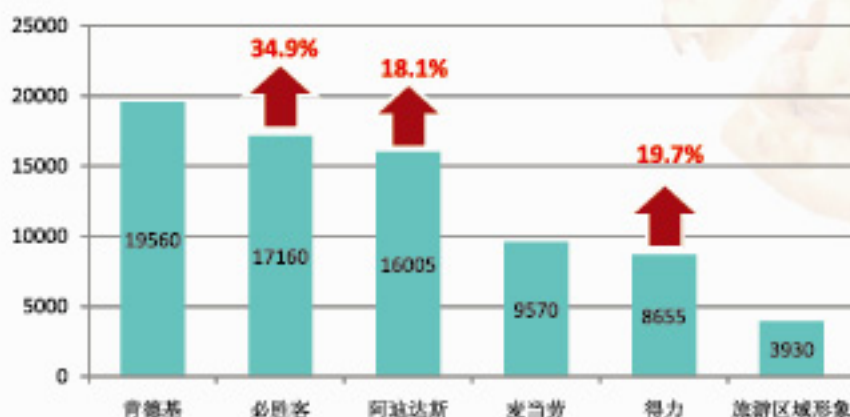
中西方文化交流频繁，国外影片广受国人的欢迎。影片中体现的是国外文化，受欢迎的影片自然吸引大量消费者愿意到相应外来风味的餐厅就餐。如部分韩国影片在中国大陆走红，相应的人都知道韩国泡菜，这些对饮食文化有很大的促进作用。同时，各国的饮食文化活动纷纷在中国举办，如：法国、澳大利亚、智利、新西兰、加拿大、美国等国家均在中国进行了大量与饮食相关的文化宣传和推广活动，让更多的中国企业、消费者了解他们、接受他们。

百胜旗下两兄弟便是中西方餐饮文化不断交流产生的国际餐饮品牌。虽是同胞两兄弟，但两个品牌的产品定位及品牌理念却大相径庭。肯德基主打美式快餐文化，广告投放历来也是大手笔，而注重休闲餐饮文化的必胜客则更加关注“欢乐”这一品牌理念的传播。2014年上半年，必胜客广告投放量达到17160秒，相较于去年同期增长34.9%，以迅猛之势欲赶超投放量最大的肯德基。其次，同样是洋品牌的阿迪达斯也表现出不俗的竞争力，增长幅度达到18.1%。



Pizza Hut

2014年1月1日-5月24日电影频道娱乐休闲行业各品牌投放时长[秒]对比



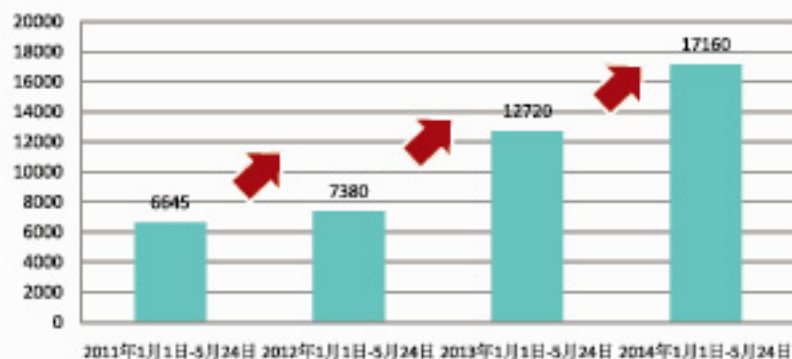
数据来源: CSM, 35城市, 2014年1月1日-5月24日

必胜客“欢乐派对”锁定电影频道娱乐休闲大本营

必胜客的每家餐厅为突出休闲气氛, 全体餐厅都增加了形象派西式壁画、壁炉状的出饼台、到处可见的厨房小玩具等, 还为就餐的青年白领量身定制了许多游戏名目。在品牌定位上必胜客盛行欢乐美食, 带给消费者“欢乐派对”的休闲享受; 在品牌宣传上, 必胜客将“欢乐派对”锁定在以娱乐休闲内容为主的电影频道作为狂欢场。

数据显示, 2011年-2014年间, 必胜客在电影频道的广告投放量呈阶梯式增长趋势, 从2011年1-5月的6645秒上升至今年同期的17160秒, 真正意义上将电影频道作为其品牌传播的大本营。

2011-2014年“必胜客”在电影频道娱乐休闲行业广告投放时长[秒]对比



数据来源: CSM, 35城市, 2011-2014年1月1日-5月24日

超能 超乎

超能借助电影频道



2013年以来,本土日化的营销纷纷启动“大手笔”模式。各类娱乐电视节目中,都不难见到各日化企业的冠名植入,形成了日化品牌“资本游戏”鏖战。

据AC尼尔森的调查统计,2013-2014这两年间,洗衣液的销售占比在整个洗涤产品中达到30%。这是一个朝阳产业诞生的标志,但同时也意味着企业之间的竞争正式进入白热化。这不但是渠道战、促销战,更是广告战、品牌战。从大环境来看,本土日化企业也已全面拉开与跨国企业的正面交锋,靠规模、靠高开高打的传播方式已渐渐失效,“整合营销”是所有企业都必须面对并亟待解决的问题。

“高举高打”集中央视, 巧妙避开“冠名之战”

超能洗衣液为纳爱斯旗下主打高端市场的洗衣液,去年10月,超能洗衣液掀起了一场轰轰烈烈的“超能女人”整合营销运动。在广告宣传方面超能采取“高举高打”的策略,将主要投放精力集中于央视平台,避开“资本游戏”、“冠名之战”,在硬广投放上抢占先机。

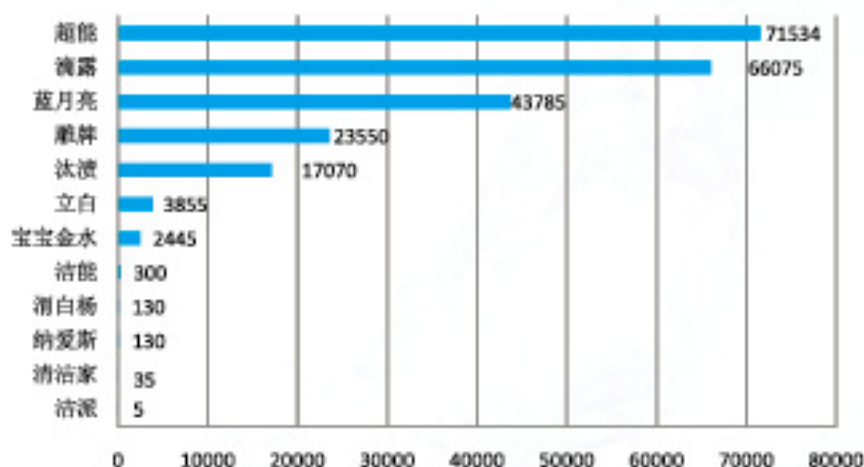
数据显示,2014年1-5月超能在央视全频道的广告投放量达到71534秒,在所有清洁用品行业品牌中占据首位。将投放量17070秒、3855秒的竞争对手汰渍、立白远远甩在身后,连同同类产品品牌蓝月亮也仅有43785秒的广告投放量。



营销 所能

打造电影娱乐新风尚

2014年1-5月央视频道清洁用品行业各品牌广告投放时长[秒]排名



数据来源: CSM, 35城市, 2014年1-5月

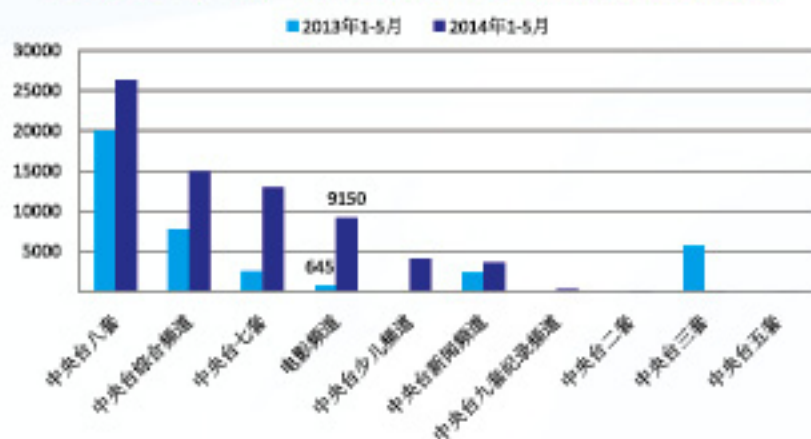
配合整合营销重度宣传，试水电影娱乐尝甜头

2013年下半年，日化品牌展开了以电视为平台的品牌鏖战。在这场“厮杀”中，超能以高度贴合品牌的“超能女人”整合传播运动另辟蹊径，杀出重围，成为了这场营销战役中新的经典。无论是创新性的五条形象片广告联播、社会化媒体的深度运用，户外地铁的集中式投放，或是终端开展的“寻找超能女人”大型营销活动，皆是超能在深度了解市场后作出的极有针对性的营销动作。

从下半年开始，为配合整合营销，超能在电视媒体展开了火热宣传。从2013年、2014年1-5月超能在央视各频道投放时长对比得出，2014年超能在央视各频道的投放都有大幅度提升。其中，在电影频道提升幅度最大，从2013年同期的645秒提升至2014年9150秒。通过电影娱乐营销的扩展，超能不断扩大“超能范围”加大品牌影响力。

最终，超能体风靡网络，超能广告受到无数消费者热捧，获得业内人士一致的高度赞赏，更带动2.6倍同比销售涨幅，印证了其独到市场策略的成功。

2013、2014年1-5月“超能”在央视各频道广告投放时长[秒]对比



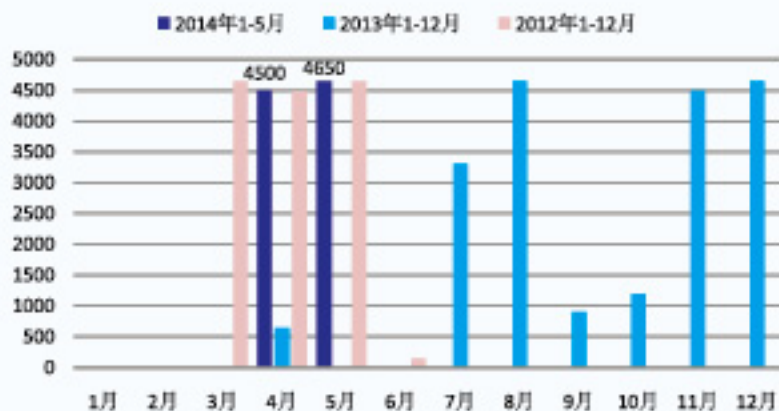
数据来源: CSM, 35城市, 2013、2014年1-5月

魔咒之下开辟电影娱乐风尚，超能创新思维成就经典营销

在“日化行业无品牌忠诚度”的魔咒之下，这个行业可谓波谲云诡。虽然中国市场巨大，但中国消费者却形态各异；外资企业一味依靠大资本、大广告的传播模式难免水土不服；而一些具备独到眼光的国内企业，基于对本土消费者习惯及文化传承的深入了解，从而能够紧紧抓住中国消费者的内心，反而能创造一些经典的营销案例。

纳爱斯便是这样一个植根于中国本土文化的日化品牌。超能在借助电影频道打造电影娱乐风尚的同时，还推出严格的投放策略。2012年全年超能在电影频道的投放量集中在上半年，3月、4月、5月成为投放高峰期，三个月的平均投放量达到4595秒。2013年全年实行节假日投放与淡旺季投放并行的策略，将投放主力集中于7月、8月及11月、12月份。其中8月为投放量最大月份，达到4650秒。2014年从上半年开始，超能就表现出超强的品牌宣传力度，4月的最高投放量与去年最高投放持平，为4650秒。

2012-2014年“超能”在电影频道广告投放时长[秒]对比



数据来源: CSM, 35城市, 2012-2013年1-12月, 2014年1-5月

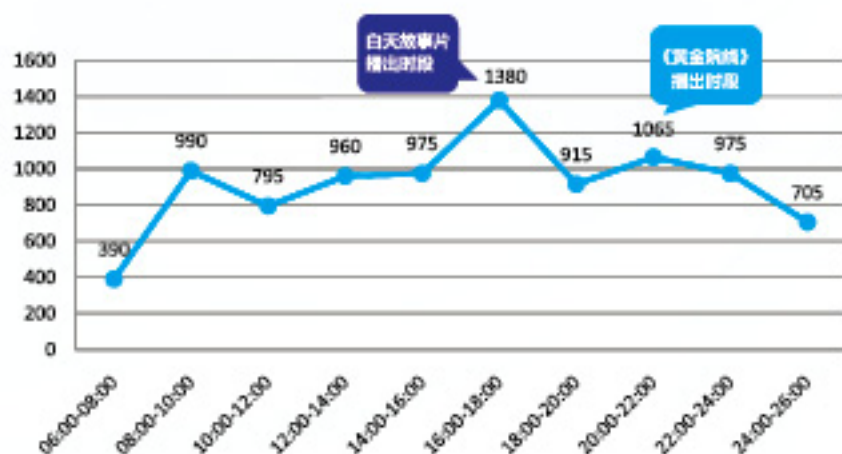


情感创意 × 科学投放，让超能营销超乎所能

品牌要提升，便必须摒弃“挣快钱”的想法，需要静下心来先练好内功。内功练好之后，选择一个适当的时段施展则更加重要。从超能在电影频道单元小时广告投放时长上看，超能将16:00-18:00时段的白天故事片及晚间黄金时段《黄金院线》中插广告做为主要投放时段。并且占据正一的广告投放最佳位置，紧贴电影正片内容，在广告投放上做到科学有效。

数据显示，超能在白天16:00-18:00时段的广告投放量达到一天中最高1380秒，其次是晚间黄金时段的1065秒。赏心悦目，直击人心的广告创意配合科学的投放时段，让“超能营销”超乎所能。

2014年1-5月“超能”在电影频道单元小时广告投放时长[秒]



数据来源：CSM，35城市，2014年1-5月

市场是公平的，在2013年，“超能女人”传播立足于对市场态势、对消费者内心、对自身品牌价值的充分解构与解读，配合精细化的市场运作及品牌传播，获得了行业的一致赞誉，市场份额的不断提升，更重要的是消费者的认可才是对“超能女人”传播的最好回报。



世界杯

“制冷”

暑期档

电影频

对于激烈的暑期档影市来说，四年一届的世界杯是一部大功率的制冷空调，足以让影院冷场，片方心寒。不过，世界杯的票房魔咒今年却受到了严峻挑战，《哥斯拉》、《摩纳哥王妃》、《沉睡魔咒》等大片纷纷要跟足球抢观众。电视媒体方面，《爸爸去哪儿》第二季、《中国好声音》第三季等省级综艺强档也不甘示弱地在暑期向央视世界杯独播发起挑战。细分电影电视市场，不论是抵挡票房魔咒的美国大片还是王牌综艺的强势回归，分别都是以阶段性或周播的形式出现，周五到周日时段拼杀异常惨烈。电影频道作为电影、电视的结合平台在暑期来临之际推出“全时段展播”航母级新编排，在“被制冷”的暑期档24小时填充观众观影需求，让观众有更多选择。

世界杯“制冷”暑期档期间，电影频道继续强化暑期播出季概念，用黄金时段推出强档大片带动非黄金时段主题展播，形成全时段、全类型，特色鲜明、收视竞争力强的影片集群。在暑期给观众带来更具特色的选择，享受一次前所未有的视觉盛宴。





不信邪

道撞档

老爸 曹格

宝贝 Grace (女儿)

宝贝 Joe (儿子)

每周五晚22

暑期
巨献

首播大片强势推出 黄金时段只看电影频道

《冰封：重生之门》、《整容日记》、《大闹天宫》这些你在电影院还没来得及看的影片，暑期锁定电影频道让你大饱眼福。7月4日-7月20日黄金时段电影频道推出首播片大联播。周润发、黄晓明、徐若瑄、甄子丹等多位大咖领衔主演的数十部大片集结放送。

- 7月4日：陆毅、何润东领衔主演《英雄之战》
- 7月5日：周润发、郭富城领衔主演《大闹天宫》
- 7月7日：王祖蓝、许冠文领衔主演《百变爱人》
- 7月8日：喻国泰、谭卓领衔主演《李可乐寻人记》
- 7月9日：黄晓明、徐若瑄领衔主演《玛德2号》
- 7月10日：电影频道出品《近距离击杀》、《津门三少爷》
- 7月11日：郑伊健、陈慧琳领衔主演《盗马记》
- 7月12日：甄子丹、王宝强领衔主演《冰封：重生之门》
- 7月13日：白百合、郑中基领衔主演《整容日记》

全时段
巨献

八大类型影片充斥全天时段 与“暑期档制冷机”死磕

足球？卖萌？献唱？炫导师？暑期档电视荧屏内容再丰富也不过如此。电影频道片库深不可测，类型影片多如繁星。不信，您就暑期等着瞧！

谍战、警察故事、经典、水浒、魔幻、青春、军旅、武侠、文艺……暑假期间，电影频道八大类型充斥全天时段，首次“片库大爆发”上百部影片暑期大放送，要你好看！



类型一：谍战风云，谁主沉浮

- 《谍海风云》
- 《听风者》
- 《风声》
- 《非常营救》
- 《生死密电》
- 《秋喜》
- 《永不消逝的电波》

类型二：警察故事，港味浓郁

- 《新警察故事》
- 《警察故事2013》
- 《风暴》
- 《毒战》
- 《寒战》
- 《证人》
- 《特殊身份》



类型三：经典系列影片，包你过瘾

《镖行天下》系列
 《陆小凤》系列
 《杨门女将》系列

类型四：水陆争霸，好汉当道

《李逵传奇》
 《鬼脸儿杜兴》
 《双鞭呼延灼》
 《母夜叉孙二娘》
 《母大虫顾大嫂》
 《赤发鬼刘唐》
 《英雄本色》



类型五：魔幻世界，释放荷尔蒙

《金刚王之死亡救赎》
 《激战》
 《让子弹飞》
 《光辉岁月》
 《血滴子》
 《硬汉》1、2
 《投名状》
 《大上海》
 《白狐》
 《画皮》1、2

类型六：军旅故事，铁汉柔情

《集结号》
 《渡江！渡江！》
 《神勇投弹手》
 《共和国名将系列》
 《目标站》
 《无懈可击》
 《紫日》
 《喋血孤城》
 《密林追击》

类型七：英雄儿女，武侠再现

《少林寺》
 《太极张三丰》
 《少林小子》
 《新龙门客栈》
 《方世玉系列》
 《黄飞鸿系列》
 《碧血剑》
 《新少林五祖》
 《精武英雄》

类型八：文艺范儿，且装且精彩

《致青春》
 《青春派》
 《一个陌生女人的来信》
 《那山那人那狗》
 《钢琴的琴》
 《太阳照常升起》
 《李米的猜想》
 《小城之春》
 《如果爱》



7点档

谍战风云，谁主沉浮

11:15档

经典系列影片，包你过瘾。
魔幻世界，释放荷尔蒙

黄金档

暑期巨献，首播大片

9点档

警察故事，港味浓郁

15点档

军旅故事，铁汉柔情

24:30档

文艺范儿，且装且精彩



《窃听》又归来

电影频道《首映》栏目联合上

时隔数月，电影频道《首映》栏目再度起航，联合上海大众斯柯达全新明锐开启《窃听风云3》精彩帷幕。

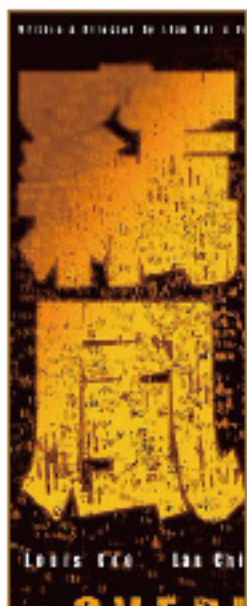
由博纳影业集团领衔出品的新世纪华语电影第一品牌最终章《窃听风云3》，5月29日震撼登陆全国各大院线。5月27日，这部富有传奇色彩的《窃听风云3》在见证无数影片辉煌的电影频道《首映》栏目首次与电视观众见面，本次首映由电影频道当家花旦经纬主持，博纳影业集团总裁于冬携本片监制刘冬升、黄斌，导演麦兆辉和庄文强，以及刘青云、古天乐、周迅、叶璇、方中信、林家栋、林嘉华等主演出席了首映活动。

五年间，《窃听风云》系列三部电影用实力铸就了一块叫好不叫座的金字招牌。作为系列终极篇的《窃听风云3》，则更是强中更强。首映礼上，全新加盟影片的女主角周迅大方讲述自己在影片中“用善良征服男神”的情感秘籍，让一贯走“互黑”路线的刘青云、古天乐深感惭愧。“我们合作了12次了，感情应该比肤色更深。”“青天组合”在现场终于“一抱泯恩仇”。

古天乐“傲娇”：“伐开心，求抱抱”

首映礼上，《窃听风云3》中陆国集团的“土豪五兄弟”刘青云、古天乐、方中信、林家栋和林嘉华齐齐亮相。几人各自秀出自己的“土豪”看家本领，引来一片惊叫，却唯有古天乐对剧中的兄弟们“吐槽”起来。

原来，《窃听风云3》中古天乐饰演的罗永就是兄弟五人中唯一的外姓人。因为不姓陆，所以在剧组的“待遇”难免要差一等。“买飞机坐游艇就没有我的份，打打杀杀的事情就总是第一个想到我，”古天乐表示，这样和大家做兄弟，自己心里真的很委屈。面对古天乐的“伐开心”，刘青云领衔众人在现场给了古仔最“土豪”式的热情抚慰——爱的抱抱。刘青云、方中信等四人一起，将古天乐打横抱起，并强势声称，“如果古天乐觉得我们没哄好他，我们就一直把他抱下去。”最后，古仔终于和大家“一抱泯恩仇”。





《首映》再起航

海大众掀开华语电影终极篇

众影帝飙歌 现场玩疯古仔摆高难度 POSE

去年在《扫毒》中，刘青云、古天乐、张家辉合唱怀旧金曲《誓要上刀山》，令观众感动落泪，这次《窃听风云3》也采用唱歌来怀旧。在片中，古天乐、刘青云、林家栋、方中信和林嘉华在破屋中喝醉，突然就动情唱起了1980年港剧《风云》的同名主题曲，这段戏也成为影片的一大亮点。当天在《窃听风云3》首映活动现场，这五位男仔也兴致盎然地清唱飙歌，让观众抢先一饱耳福。

在现场热烈的气氛中，古天乐、刘青云也都玩疯了，不仅现场玩“谁是卧底”等游戏，古天乐还在全场的欢呼声中，配合地摆出高难度姿势——被刘青云、林家栋、方中信、林嘉华横着抱了起来，这一亲民举动也引起影迷连连尖叫。当天，歌手张杰也到场助阵，并献唱了影片主题曲《勿忘心安》。

周公子避谈新恋情， 暗示观众微博找答案

《窃听风云3》电影频道首映礼也是周迅公布恋情后，首度亮相宣传活动。这位“恋爱中的宝贝”一直面带微笑，难掩热恋气息。她在片中饰演阮月华，给影片注入了更多柔和的元素。谈起片中的复杂感情，她介绍说：“我在电影里被‘土豪’刘青云追求，和‘型男’古天乐有血海深仇，还爱上了帅气的‘技术宅’吴彦祖。”周迅笑称这个角色是一个可以掀起“男神”之间战争的魅力女人。

对于角色侃侃而谈，不过问及现实中何时与男友高圣远结婚时，她避而不谈：“这个我在微博上面都回答过了，你去查一下。”据悉，周迅曾通过微博表示希望在年内与高圣远完婚。当感情状况不明的古天乐、叶璇被问会选择什么方式公开恋情，宋等两位回答，周迅在一旁拍手称好，期待两人的答案。不过这个问题被麦兆辉以“离电影太远”成功挡掉。

成就是否能被复制过来未来还扑朔迷离。

Octavia 全新明锐
——新一代MQB平台——

First Show

首映

电影频道 改版收视效果分析

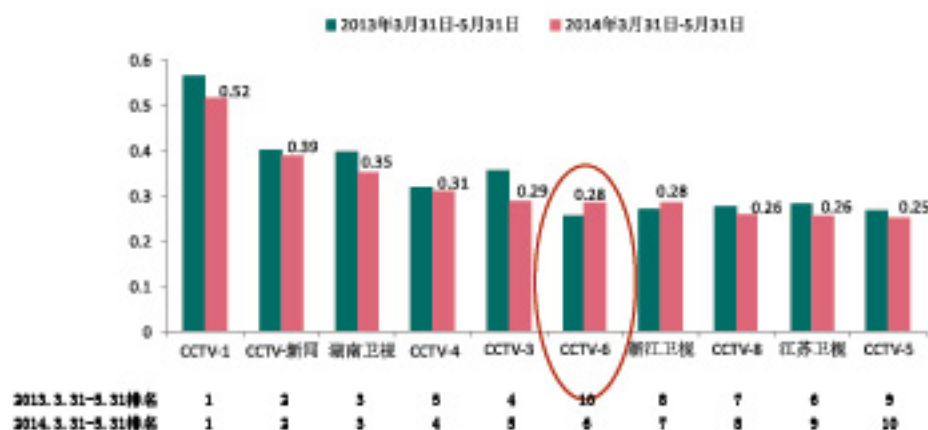
■ CTR个案集群研究部

进入2014年,国内电视媒体进一步加强了节目创新力度,深受观众喜爱的节目层出不穷,电视荧屏收视竞争愈发激烈。在此背景之下,电影频道积极应对媒体环境的变化,在今年3月31日对频道进行全新改版,改版后从收视效果来看,频道收视整体呈现上升趋势,改版效果良好。

**电影频道改版后两个月收视率同比提升10.8%,
上星频道收视率排名同比提升4位**

改版后电影频道的收视率有所提升,平均收视率达到0.28%,逼近0.3%,而去年同时期的平均收视率为0.26%,同比提升10.8%,收视效果提升比较明显。与此同时,电影频道在收视率排名方面也有较大提升,较去年同期相比,排名提升四位,位居所有上星频道第六名。

2014.3.31-5.31 TOP10上星频道收视率



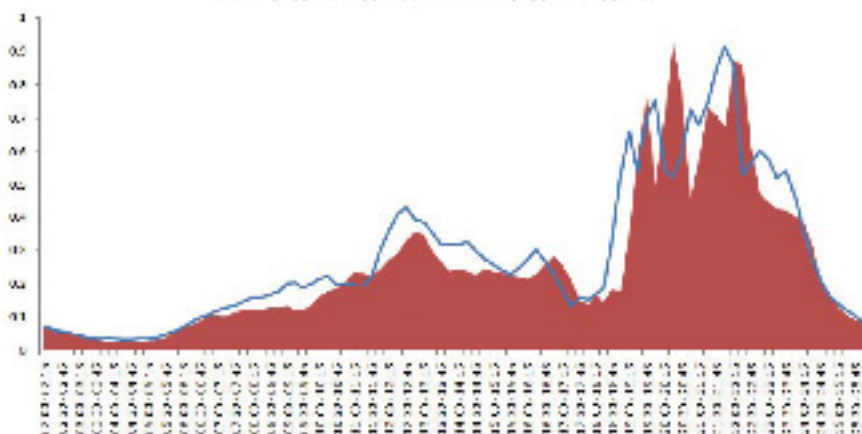
数据来源: CSM 35城, 4+ 2014年3月31日-2014年5月31日
 2013年3月31日-2013年5月31日

改版后收视高峰前移, 全天多时段收视与去年同期相比提升显著

今年4-5月份, 电影频道在全天大部分时段的收视率均超过去年同期水平。改版初期, 频道将晚间第一部国片的开始时间由晚间七点前移至六点半, 对于傍晚时段收视的提升起到了显著的效果; 在5月8日之后, 频道逐步将晚间第二部国片开始时间固定在晚间八点十五分, 从收视效果来看, 也均较去年同期有了较大幅度的提升。此外, 在白天时段, 频道也不断根据观众收看需求优化编排, 收视也较去年同期有所提升。

电影频道全天分15分钟收视走势

■ 2013年3月31日-5月31日 — 2014年3月31日-5月31日

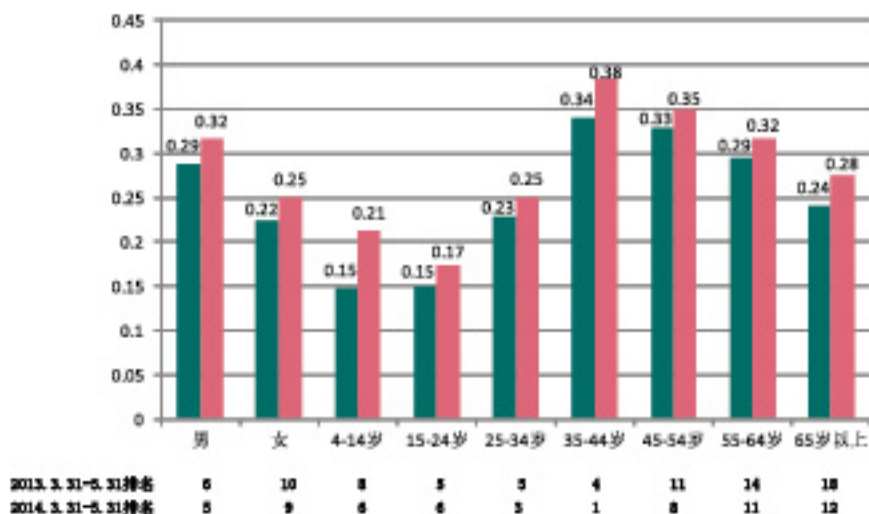
数据来源: CSM 35城, 4+ 2014年3月31日-2014年5月31日
2013年3月31日-2013年5月31日

改版后对年轻观众吸引力进一步增强, 35-44岁观众收视位居所有上星频道第一名

电影频道本次改版, 不仅在影片播出时间上进行了调整, 在影片内容选择上也与市场进一步结合。分人群来看, 电影频道改版后较去年同期各类人群均有不同程度的收视提升, 其中, 25-34岁人群排名同比提升2名, 35-44岁人群收视率跃居所有上星频道第一名, 频道对于年轻观众的吸引力得到进一步增强, 频道受众品质进一步优化。

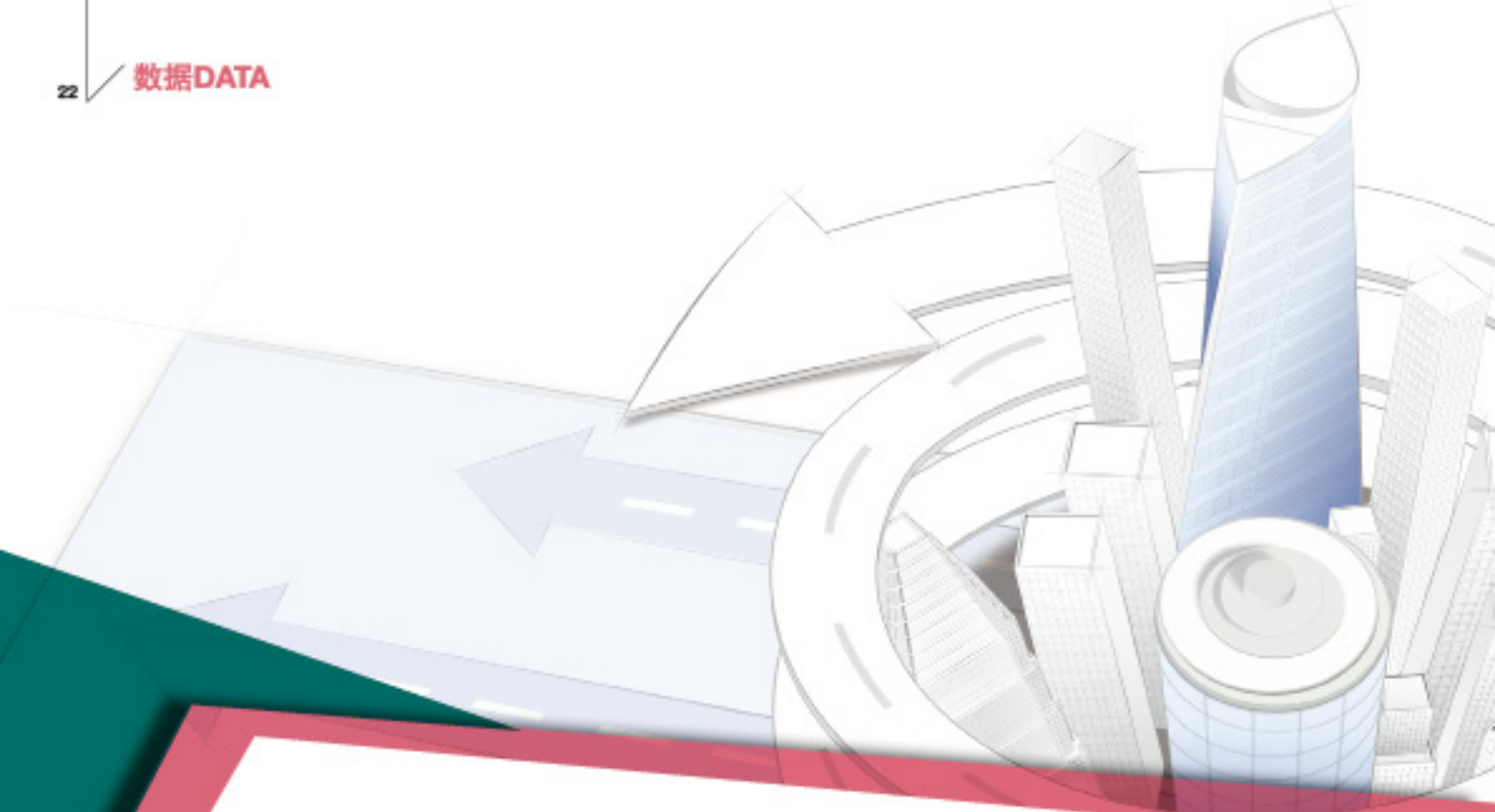
电影频道分人群收视率

■ 2013年3月31日-5月31日 ■ 2014年3月31日-5月31日



数据来源: CSM 35城, 4+ 2014年3月31日-2014年5月31日
2013年3月31日-2013年5月31日

结语: 电影频道积极应对大环境的改变, 对自身的编排不断进行尝试性的优化改进, 在收视市场上取得了良好的效果。改版后不仅频道整体收视有所提升, 在全天多个时段频道收视都呈现出整体提升的态势。此外, 节目内容对中青年人群的吸引力得到进一步加强, 在中青年群体中的收视竞争力在国内上星频道中处于领先地位。改版后电影频道受众规模与受众品质不断完善, 在上星频道中的竞争力进一步提升, 是广告主值得投放的优秀平台。



大众娱乐电视 领跑全国中心城市

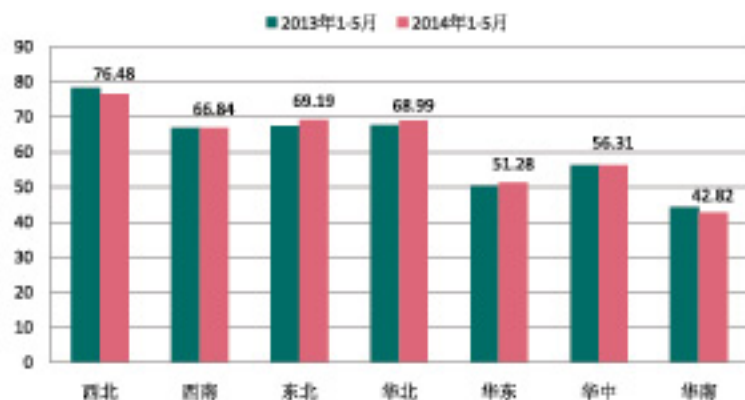
电影频道35中心城市观众回流

在电视媒介产业领域，观众的收视偏好和收视行为决定着电视媒体的传播效果和市场价值，也直接影响着广告投放的效益和成败。在观众对电视节目选择收视的过程中，受到社会时代环境、经济生活水平、个人在社会中的角色以及个人文化教育水平、兴趣爱好等诸多条件的影响。

值得关注的是，由于中国广袤的疆域、悠久的历史、复杂多样的地理交通条件、东西南北巨大的经济文化差异以及由此导致的媒介信息传播环境的不同，都在客观上深刻地影响和决定着不同区域间的观众对电视节目选择的差别以及区域内的相对趋同。研究、揭示这种差别和规律对于我们更加有效地进行电视节目制作、编排和电视广告投放都具有深刻而重大的意义。本期数据将以西南、西北、东北、华北、华东、华中、华南七大地区的观众收视表现，透视电影频道以及整个电视媒体行业在35城市的节目影响力及品牌影响力。

数据显示，2013-2014年1-5月期间，上星频道全国七大区域整体市场份额没有明显变化。西北地区依然拥有市场最大占有率，为76.48%，但相较于去年同期有所下滑。东北、华北地区观众群不断扩大，赶超西南地区，市场份额分别为69.19%、68.99%。

2013、2014年1-5月上星频道全国七大区域市场份额对比



数据来源: CSM, 35城市, 2013、2014年1-5月

NO.1 西北城市观众同中求异, 电影娱乐成潮流新看点

城市观众作为一个特定的观众群体,在对电视媒介的认知和使用的心理、行为等主要方面,具有诸多的共性,这是由大城市的地位、特征所决定的。与此同时,也出现“同中有异”的现象。

在人均分钟数最高的西北地区,观众口味呈现出明显的差异。综艺、电影、新闻时事三大节目构成了西北地区观众的收视习惯,其中综艺类节目收视率最高,达到0.3%,其次是电影类节目,新闻时事类节目位居第三,而电视剧节目排名第四。从市场份额来看,电影类节目占有最大市场份额,达到2.43%,而收视率排名第一的综艺节目市场份额仅有2.08%。不难看出电影类节目在西北地区拥有广泛的忠实观众。

2014年1-5月上星频道西北地区各类节目收视对比



数据来源: CSM, 35城市, 2014年1-5月

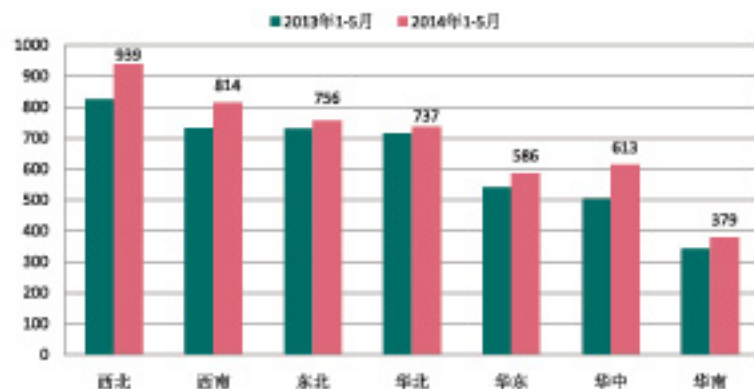
NO.2 电影频道收视观众回流，内容编排受区域市场认可

随着综艺节目近几年的疯狂发展，迅速跻身观众最青睐的节目类型之一，与电影、新闻时事类节目共同组成观众最喜爱的三大类型节目。

在综艺节目不断抢占观众的形势下，2013年下半年开始，电影频道在为观众提供最新、最热影片的基础上不断通过节目优化，特殊编排，细分观众收视习惯等多个方便进行着改变。效果显著，电影观众不断回流。

数据显示，2014年1-5月电影频道全国七大区域人均收视分钟数相较于去年同期均有大幅度提升，其中西北、西南、华中地区提升幅度较大。西北地区在保持收视大区的基础上，1-5月人均累计收视分钟数提升到939分，紧随其后的是偏好电影类节目的西南地区，人均累计分钟数为814分钟。

2013、2014年1-5月电影频道全国七大区域人均收视总时长(分钟)



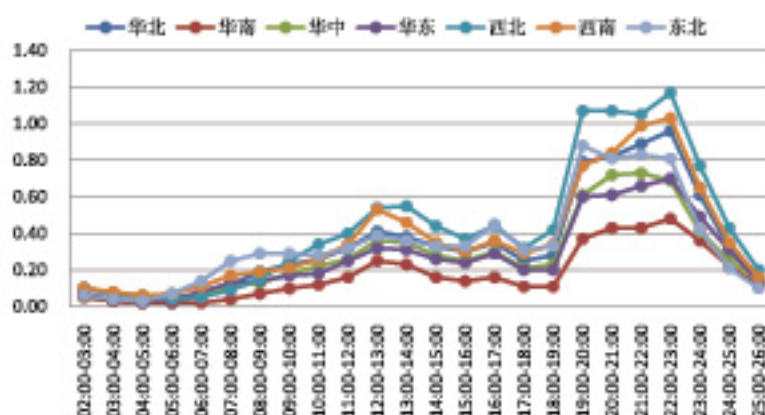
数据来源: CSM, 35城市, 2013, 2014年1-5月

NO.3 收视高峰贯穿全天时段，各地区收视高峰点各有千秋

不同地区的地理位置，使得观众形成了不同的收视习惯。但从电影频道各地区全天收视走势来看，午间及晚间时段为各大区域主要高峰时段，只是在各地区的高峰开始、结束点上各有不同特点。

其中全天收视特点最为明显的为东北地区，由于日出和日落时间较早，因而观众早间收视高峰相对以其他区域更为显著，且一直延续至午间时段。东北地区晚间高峰时间开始较早，结束时间也较有提前，19:00-20:00为晚间收视高峰时段。而此时段为西北地区晚间高峰时段的开端，直至22:00-23:00时段升至最高峰。

2014年1-5月电影频道各地区全天收视走势对比

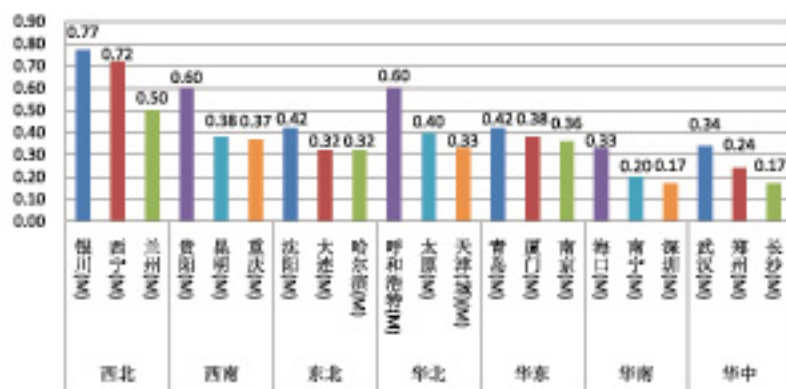


数据来源: CSM, 35城市, 2014年1-5月

NO.4 全国主要城市收视差距甚微, 难分伯仲

相关数据显示, 全国主要城市观众的收视时长, 平均每个观众每天花费2.8个小时收看电视。在电影频道各地区收视前三甲的城市中, 西北地区的银川、西宁、西南地区的贵阳、华北地区的呼和浩特及华东地区的青岛占据大量收视份额。其中银川以0.77%的平均收视率领跑, 其次为西宁, 贵阳及呼和浩特以0.6%位居第三。

2014年1-5月电影频道全国主要城市收视表现



数据来源: CSM, 35城市, 2014年1-5月



2014

China Movie Channel MEDIA AWARD

六月/上海

十里洋场 十足电影腔调

电影频道传媒大奖上海之约

2014年电影频道传媒大奖暨第17届上海国际电影节中国新片单元，6月15日在沪盛大开幕。当天，电影频道节目中心副主任亚宁，著名导演胡玫、肖央，知名学者马未都、赵宁宇等电影人，以及多家重量级媒体、影评人代表到场助阵。已举办10届的电影频道传媒大奖一直以奔走在第一线的各媒体作为奖项评审，其专业性和独树一帜的风格，令该奖项备受各方肯定。今年，传媒大奖继续求新求变，媒体评审投票首次实行实名制，这也成为传媒大奖在公平公正原则上的又一次全新升级。

本届传媒大奖首设“大家看电影”环节，力邀文化名人与影评人互动对话，感受文化与电影的碰撞。据悉，从6月16日到19日，包括《老男孩之猛龙过江》等在内的12部风格迥异的华语新片将在传媒大奖的舞台上依次展映。电影频道传媒大奖由主办方电影频道联合国内数十家电视、报纸、杂志、网站等主流媒体共同评选。6月21日，传媒大奖颁奖典礼将现场揭晓最终评选结果。

开幕活动现场，主办方电影频道还揭幕了传媒大奖的全新LOGO和奖杯。据悉，此次奖杯以光影的概念打造而成，更贴切地体现了传媒大奖至高无上的地位和力量。当天，新浪、腾讯、北京青年报、京华时报等单位的七位媒体人，代表所有评审接过奖杯。他们在宣誓履行评审义务的同时，也肯定了传媒大奖的公信力，“新人是中国电影快速发展的基石，而电影频道传媒大奖一直致力于挖掘年轻电影人，视野十分开阔，如今的传媒大奖更以多元化的方式体现了中国新力量，预祝传媒大奖成功举办，推出更多好的新作品和新电影人！”

电影频道传媒大奖最终花落谁家，敬请关注电影频道！





《一号目标》

Who is Undercover
一场生死攸关的暗战较量

编剧||董哲 姜滇
导演||曹小兴 曹俊杰
主演||蒋勤勤 刘小峰 孙岩
制片国家/地区||中国
影片类型||悬疑 动作 剧情
上映日期||2014年

编者手记

1946年，国内局势风云诡谲，内战一触即发。我军顶尖军事精英赴美途中，将一本机密笔记意外遗失，惊天卧底密谋泄露。而在特工遍布的南京，美蒋特务暗中勾结，计划除去幕后卧底“一号目标”。两军围绕“谁是卧底”进行着一场惊心动魄的博弈。潜伏暗处的“一号目标”何时现身？能否扭转内战乾坤？生死攸关的暗战较量，令人窒息……

影迷心声

看完《一号目标》，感觉是国产谍战片又提升了一个台阶，敢于揭秘历史并进行商业化的演绎，给历史人物和事件注入现代的情感、思维方式，甚至重新解读信仰和价值观。

——钱任

《英雄之战》

A Better Tomorrow

战争、爱情、金钱、父子情、兄弟情绝妙融合

编剧||虞军豪
导演||虞军豪
主演||陆毅 何润东 魏一
制片国家/地区||中国
影片类型||动作 科幻 冒险
上映日期||2014年

编者手记

少年高若飞是一个弃婴，12年前被年过花甲的老高捡回了家，并对他照顾得无微不至，若飞却从来没叫过老高一声“爸爸”。在遭遇了一场车祸后，若飞失去了他的跑步天赋。班主任陈老师是若飞心目中的“蝴蝶女神”，她鼓励若飞参加学校亲子运动会，若飞坚决拒绝。若飞将“蝴蝶女神”胸前的标志物蝴蝶胸针偷回了家，被老高发现后带着蝴蝶胸针离家出走，来到当年老高捡他的地方，祈祷自己能找到真正的爸爸。奇迹发生了，若飞穿越到了很久以前，并且那里有一场全国运动会正在盛大召开……

影迷心声

《英雄之战》名为英雄，实则讲情感，电影中有兄弟之情、父子之情、男女之情，而类型更是融合了奇幻、战争、情感等多种元素。

——达达先生





《李可乐寻人记》

People Searching Story of Cola Lee

众里寻他千百度

编剧 | 李承鹏

导演 | 周伟

主演 | 喻恩泰 谭卓 李承鹏

制片国家/地区 | 中国大陆

影片类型 | 喜剧 爱情 剧情

上映日期 | 2014年

编者手记

李可乐和四个大学里不靠谱的死党成立了“灯火寻人”公司，但业绩惨淡。当李可乐从报纸上得知亿万富翁庄亦归先生重金寻找失散多年的孙子时，李可乐也加入了“寻亲”大军却陷入到一个巨大的骗局中。迫于无奈，他只好继续行骗。骗局最终败露，一直盯着他的女警察康红亲自参与案件调查，在“秀才遇上兵”的追捕过程中，他和康红的矛盾不断，最后成了欢喜冤家。而此时，李可乐发现原来苦苦寻找的“装孙子”竟然是……

影迷心声

一部让人真正可以开怀大笑，情到深处又笑中带泪的国产喜剧遗珠之作!!! 大眼犀利的台词和客串都是亮点。

——天若有情天亦老

播出时间 || 2014年7月8日(周二) 约 18:30

《玛德2号》

Saving Mother Robot

孤独骑士开启的一场勇气之旅

编剧 | 蔡怡芬 朱家麟

导演 | 朱家麟

主演 | 黄晓明 徐若瑄 阿娇

制片国家/地区 | 中国台湾

影片类型 | 剧情 家庭

上映日期 | 2013年

编者手记

单亲妈妈青宜每天忙于送八岁儿子小虎上学、冲到杂志社上班，然后，想办法赚各种外快，不放弃任何可以到手的金钱。为了拍摄老鹰而来的小虎，从小就在追寻飞鹰的身影，却因对青宜“金钱至上”的想法没有好感，两人冲突不断。

小虎在卡片上许愿，希望妈妈能像卡通中的妈妈机器人“玛德2号”一样。恰逢拼命工作的青宜开始出现打瞌睡、发烧、疲倦等各种“当机”的现象，小虎还以为是自己愿望成真，害妈妈变成一个不会关机的机器人。

为了拯救深爱的妈妈，小虎开启了一场勇气之旅。

影迷心声

这部电影用台湾特有的小清新加上色彩艳丽可爱的童话世界的格调讲述了一个有爱的故事。

——老蓉



播出时间 || 2014年7月9日(周三) 约 18:30

《近距离击杀》

A Mysterious Bullet

离奇死亡引发的人性思考

编剧 | 孙小杭 章连沙
导演 | 孙铁
主演 | 董勇 郝刚
制片国家/地区 | 中国
影片类型 | 剧情 悬疑 战争
上映日期 | 2014年

编者手记

1944年,日军发起“斩马行动”,追杀八路军高级将领“常胜将军”马德瑞。一向骁勇善战的警卫连几近全连覆没,马德瑞离奇死亡,尸骨未寻。11年后,老马遗体被发现,头颅弹痕鉴定为三米内“近距离击杀”,而非报告中所写“流弹致死”。难道是战士杀害首长?案件由此在警卫连仅幸存的4人中展开调查。昔日战友,互相指认,说法不一,每人皆有疑点,又皆有不可能证明。战争极端情境下,凶手究竟是谁?

影迷心声

《近距离击杀》中有枪林弹雨的洗礼,有老一辈与新生代的角力,更有真实与谎言的对抗。在步步惊心的历史风云被逐渐揭开的时候,观众会看到一出人性的赞歌。而在某些层面,真实比谎言更冷酷。

——云飞扬 2046

12月16日 战争悬疑片

孙铁 导演作品



播出时间 | 2014年7月10日(周四) 约 18:30



《西游记之大闹天宫》

The Monkey King

惊天动地, 老孙来也!

编剧 | 黄子桓 司徒锦源 霍昕 陈大利
导演 | 郑保瑞
主演 | 甄子丹 周润发 郭富城
制片国家/地区 | 中国香港
影片类型 | 动作 剧情 奇幻
上映日期 | 2014年

编者手记

自盘古开天辟地以来,神魔两族为争夺统领三界的权利而争夺不休,孙悟空跟菩提祖师修炼成七十二变,决心要成为神仙,但因两小无猜的好友九尾狐被害及误交魔界之王牛魔王而视天庭为敌。另一方面,牛魔王为了让他深爱的妻子铁扇公主和怀了三百年的爱子红孩儿重返天界,煽动孙悟空大闹天宫。最终玉帝率领二郎神等众仙迎战,展开一场神魔大战。

影迷心声

再没有比《西游记》更能让中国人深深迷恋的古典神魔小说了,也再没有“大闹天宫”更能让中国人热血沸腾的独立精神了。

——赤叶青枫

播出时间 | 2014年7月11日(周日) 20:15《娃哈哈黄金院线》

《盗马记》

Horseplay

一场为了夺回影陶而发生的爆笑离奇冒险

编剧 | 李志毅
导演 | 李志毅
主演 | 梁家辉 郑伊健 陈慧琳
制片国家/地区 | 中国香港
影片类型 | 动作 剧情
上映日期 | 2014年

编者手记

电视台女主持夏梅到伦敦采访文物走私案，遇上了千面大盗九尾狐。九尾狐要偷一匹“唐三彩陶马”，夏梅要采访，张浩则静待捕捉九尾狐的时机。三人目标不同，为了夺回影陶却要互相合作，过程中还有九尾狐的仇家前来追杀。一段从伦敦走到布拉格古城的爆笑离奇冒险，充满波希米亚的神秘，过程刺激、凶险又不失轻松搞笑。

影迷心声

《盗马记》出自美工出身的香港导演李志毅之手，因此也不就奇怪为何此片会如此讲究色彩的视觉呈现。

——iammes



《冰封重生之门》

The Iceman Cometh
时空金球引发的穿越之战

编剧 | 林逢
导演 | 罗永昌
主演 | 甄子丹 王宝强 黄圣依
制片国家/地区 | 中国香港
影片类型 | 动作 喜剧 科幻
上映日期 | 2014年

编者手记

故事开始于明朝嘉靖末年，锦衣卫高手贺英奉皇帝之命前往天竺国押运相传可以预知未来的国宝“时空金球”。归途中，突遇元龙、聂虎和萨英这三个曾经歃血为盟的兄弟前来捉拿自己。正在众人争斗时，巨大雪崩将四人淹没……

400年后，意外解冻的贺英来到了现代社会，并在万圣节的晚上偶遇醉意朦胧的都市女孩小美。在小美的帮助下，天资聪慧的贺英很快蜕变成现代都市时尚型男。同时，随着在生活中的相处与了解，二人感情也发生了微妙的变化……

影迷心声

当我们适应了现代生活，是否还会愿意回到过去呢？不一样的人也许会有不一样的选择。

——满图凡



2014年4月1日 设计5峰

今天：姐，别人都盯着你看，好漂亮啊！有帅哥和你说话！哇！我就喜欢你漂亮了，但别打扮得太浓妆！这妆是干嘛用的？前阵子你打扮得那么难看，现在突然变脸了？别吓我！你打扮得好看！我就喜欢你打扮得好看，嘿嘿！最后，你最漂亮了！

整容日记

白百合

4.4. 别等了，整吧

播出时间 | 2014年7月13日(周日) 约 18:30《周日点播》

《整容日记》The Warth Of The Truth About Beauty

掀开美丽背后的面纱 生活是否可以依旧

编剧 | 林爱华
导演 | 李爱华
主演 | 白百合 郑中基 张瑶
制片国家/地区 | 中国香港
影片类型 | 剧情
上映日期 | 2014年

编者手记

毕业在即的名牌大学生郭晶在一夜之间沦为“双失青年”，因为容貌像“车祸现场”，被交往三年的男友直接从“女友”降级为“炮友”；因为长相缺乏“存在感”，屡次被应聘单位视做透明，痛定思痛，郭晶干脆分于要去了双眼皮，踏上了“整容不归路”。

越来越升级的“美丽”助她进入500强公司，性感的身材还让她尝到了爱情的甜头，直到有一天整容真相被小人“曝光”，美丽的奇迹瞬间幻灭成最大的笑话，郭晶只能落荒而逃。

影迷心声

一部既轻松又惊险的都市爱情片。

——bezelee

《百变爱人》

Delete My Love

一条奇怪短信引发的人生百变

编剧 | 叶念琛
导演 | 叶念琛
主演 | 王祖蓝 许冠文 王菀之
制片国家/地区 | 中国香港
影片类型 | 爱情 剧情
上映日期 | 2014年

编者手记

苏波荣觉得自己的人生陷入了低谷，事业上，他饱受自私自利的老板马上发的排挤和算计；亲情上，母亲苏太把他当成摇钱树；友情上，好友华帝成天在外惹是生非。幸运的是，无论混的多惨，患有严重妄想症的女友钟家宝依然不离不弃地守在他的身边。

一天，苏波荣的手机上收到了一条神秘的短信，此时的他并不知道，自己无心的转发，竟然彻底扭转了命运。

影迷心声

一直以来，香港的都市喜剧电影其实就是香港小市民文化的一个缩影，从中你可以接近他们的日常生活……

——木雕师



播出时间 | 2014年7月27日(周日) 约 18:30《周日点播》

高智商 高科技 高手段
横扫全球票房 华丽动作巨制



播出时间 | 2014年7月5日(周六) 约 22:20《伊利金典佳片有约》

《惊天魔盗团》

Now You See Me

一场充满阴谋的魔法奇幻秀

编剧 | 安德·索罗门 鲍兹·亚金

导演 | 路易斯·莱特里尔

主演 | 杰西·艾森伯格 伍迪·哈里森 戴夫·弗兰科

制片国家/地区 | 美国

影片类型 | 动作 剧情 惊悚

上映日期 | 2013年

编者手记

一群高智商的窃贼，运用最尖端的技术，利用华丽的舞台作为掩护，于众目睽睽之下完成偷天换日的盗窃。魔术表演，真正成为了魔法奇幻秀。丹尼尔·阿特拉斯格率梅里特·麦克金尼、杰克·怀尔德以及亨利·里德组成全球最优秀魔术团队“四骑士”。他们是一群拥有超凡智慧与胆量的现代罗宾汉，运用魔术才华，与舞台之上劫富济贫，完成了一系列不可能的任务。不过，“四骑士”的高调，让罗德曼领导的FBI很是恼火。而在两拨人光明正大的斗智斗勇之际，在看不见的角落里，布莱德利与伊莱亚斯·科蒂斯两个身份成谜的人，正密谋要揭开世界上最优秀魔术师的魔法之谜。

影迷心声

魔术+电影特效，显得华丽得不能再华丽，即使虚假但绚丽的魔术手法也让我们宁愿相信这些都是真的。

——花季那雨季波

《BJ 单身日记》

Bridget Jones's Diary

单身女遇真爱 缘起日记

编剧 | 理查德·柯蒂斯 安德鲁·戴维斯

导演 | 沙朗·马歇尔

主演 | 芮妮·齐薇格 科林·费斯 休·格兰特

制片国家/地区 | 法国 英国

影片类型 | 喜剧 爱情 剧情

上映日期 | 2001年

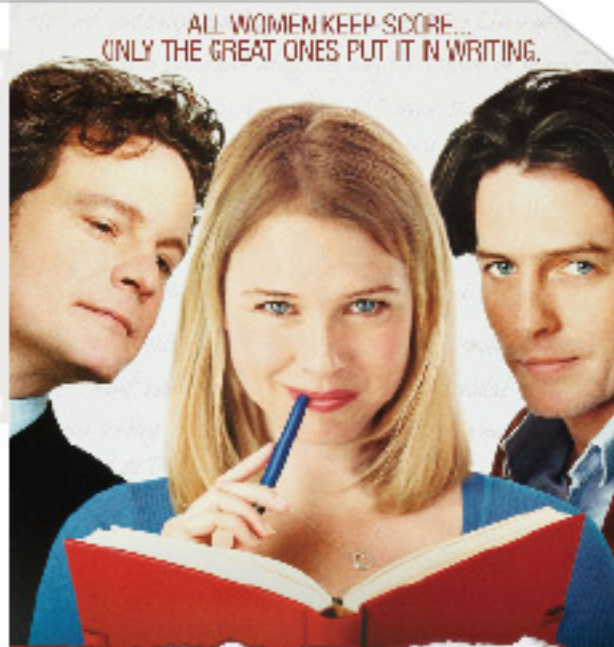
编者手记

布里奇特·琼斯是一个32岁的单身女子。她的工作及生活都是平淡无奇的，她唯一想得到的是一份真挚的爱情，就算有一众好友在身边及时安慰，琼斯还是没有好过点。新的一年，她要过一种新的生活。她选择用日记把自己生活里的点点滴滴记录下来，她开始变得喜悦起来，开始意想不到地受到周围人们的注目，像小说人物一样完美的丹尼尔·克里夫与一身毛病但很真实的马克·达西的出现叫琼斯又欣喜又发愁，她思前想后也拿不准自己该挑哪一个。看来，新的生活中依然有不少麻烦陪伴着琼斯，不过她却乐在其中呢。

影迷心声

我最心爱的影片之一。这个女人就像童话里的丑小鸭，不同的是，她即使长大了，也永远都是一只鸭子。

——随心所欲



RENEE ZELLWEGER COLIN FIRTH as HUGH GRANT
BRIDGET JONES'S DIARY

Unseen, Uninhibited, Unmarried.

BRIDGET JONES'S DIARY is a love story about a woman who is not what you think she is. It's a story about a woman who is not what you think she is. It's a story about a woman who is not what you think she is.

播出时间 | 2014年7月12日(周六) 约 22:20《伊利金典佳片有约》

《猫狗大战2》

Cats & Dogs: The Revenge of Kitty Galore

猫狗联盟 只为它们深爱着的人类

编剧 | 罗恩·弗莱德曼 史蒂夫·本西奇

导演 | 布拉德·佩顿

主演 | 克里斯·奥唐纳 贝特·米德尔

制片国家/地区 | 美国 澳大利亚

影片类型 | 动作 喜剧 冒险 家庭

上映日期 | 2010年

编者手记

基哥·格劳曾是国际间谍组织“喵喵”的精英成员之一，如今却堕落成一个不折不扣的邪恶坏蛋……它计划在48小时之内开启一个有如恶魔般可怕的装置，不仅会让所有的狗天放置身一个无法翻身的受压迫境地，就连以前的猫狗同事也无法幸免，继而完成它想要将整个世界掌握在自己猫爪中的野心。在面临这样一个迫在眉睫且前所未有的致命关头，猫与狗在万不得已的情况下，只能被迫选择结成同盟——这还是这两种生物历史上的第一次。在这个由一只猫所制造的浩劫当中，它们需要拯救的不仅仅是自己，还有它们深爱着的人类，它们必须得将身体里潜藏的一切生物本能发挥到极致才行。

影迷心声

珍珠猫的报复行为，惹来了猫族与狗族的争斗——只是为了证明它们是人类的伙伴。

——氧气



Ahora
los padres
son ellos



En Cines 22 Diciembre

《拜见岳父大人3》

Little Fockers

岳父 & 女婿之战 再次来袭

编剧 | 约翰·博格 拉里·斯塔凯

导演 | 保罗·韦兹

主演 | 罗伯特·德尼罗 本·斯蒂勒

制片国家/地区 | 美国

影片类型 | 喜剧 爱情

上映日期 | 2010年

编者手记

整个故事仍然是围绕着岳父大人杰克·伯恩斯与女婿格雷格·福克之间势同水火的对立关系展开的。格雷格和妻子帕姆如今已是两个孩子的父母了，也就意味着他终于冲破了杰克给他制造出的重重麻烦和障碍，成功地成为了他的女婿……但是，当最近手头很紧的格雷格决定为一家药品公司做兼职的时候，却再次点燃了杰克多疑的愤怒与关注，因为他发现，格雷格的同事是一个非常性感迷人的年轻女子……

在经历了所有误解、侦察行动和秘密任务之后，格雷格真的能够顺利地通过杰克对他所做的最后一次考验，成为整个家庭的下一任家长吗？

影迷心声

作为一部反映美国中产阶级的写实主义家庭伦理道德电影，能有如此强大的旺盛生命力，且口碑还只增不减，实在是个不小的奇迹。

——时逢

播出时间 || 2014年7月26日(周六) 约 22:20《伊利金典佳片有约》

MOVIE FACTORY LINK

片场链接

周五《动作90分》约18:30播出

7月04日《快枪手》
7月11日《血滴子》
7月18日《倩女幽魂》
7月25日《霸王争霸—黄飞鸿之三》
8月01日《邪城攻坚战》

周五《环球影院》约22:20播出

7月04日《通缉令》(美国)
7月11日《诸神之战》(美国)
7月18日《速度与激情5》(美国)
7月25日《变形金刚3:月黑之时》(美国)
8月01日《铁甲钢拳》(美国)

周六《少儿影院》约07:00播出

7月05日《神秘世界历险记》
7月12日《葫芦小金刚1:妖雾重围》《葫芦小金刚2:斗法比武》
7月19日《魔方大厦1:玻璃城》
7月26日《阿凡提的故事1:卖树荫》
8月02日《大盗贼1:会唱歌的咖啡糖》

周日《少儿影院》约07:00播出

7月06日《太阳使者》
7月13日《黑猫警长1:痛歼搬仓鼠》《黑猫警长2:空中擒敌》
7月20日《魔方大厦6:星座号》
7月27日《阿凡提的故事7:巧断案》
8月03日《大盗贼5:巧妙的空箱通信》

周六《少儿影院》约09:00播出

7月05日《玩具总动员3》(美国)
7月12日《猫狗大战》(美国)
7月19日《永恒岛》(澳大利亚)
7月26日《怀特霍尔街上的长筒靴》(美国)
8月02日《勇敢传说》(美国)

周日《少儿影院》约09:00播出

7月06日《猫在巴黎》(法国)
7月13日《猫狗大战2》(美国)
7月20日《圣诞城堡》(韩国)
7月27日《奇特小伙伴们的冒险之旅》(德国)
8月03日《亚瑟和他的迷你王国3》(法国)

周六《影人1+1》约13:00+15:00播出

7月05日 金凯瑞:《阿呆与阿瓜》+《王牌天神》(美国)
7月12日 于荣光:《霹雳神鹰》+《阮氏三雄》
7月19日 斯蒂芬·多尔夫:《地狱使者》(上)+《地狱使者》(下)(美国)
7月26日 潘长江:《举起手来!》+《毛驴县令之你我他》

周六《周末影院》约18:30播出

7月05日《大海啸之鲨口逃生》
7月12日《盗马记》
7月19日《西游记之大闹天宫》
7月26日《铜雀台》
8月02日《恶战》

周六《伊利金典佳片有约》约22:20播出

7月05日《惊天魔盗团》(美国)
7月12日《BJ单身日记》(美国)
7月19日《戴帽子的猫》(美国)
7月26日《拜见岳父大人3》(美国)
8月02日《暮光之城:破晓》(美国)

周日《周日点播》约18:30播出

7月06日《八仙的传说》
7月13日《整容日记》
7月20日《越光宝盒》
7月27日《百变爱人》
8月03日《唐伯虎点秋香2之四大才子》

周日《周日点播》20:15播出

7月06日《白蛇传说》
7月13日《暴风》
7月20日《毛驴县令之移花接木》
7月27日《百星酒店》
8月03日《唐伯虎点秋香》

周日《周日点播》约22:20播出

7月06日《红番区》(中国香港)
7月13日《新难兄难弟》(美国)
7月20日《甜蜜蜜》(中国香港)
7月27日《真的爱你》(中国香港)
8月03日《龙之战》(中国香港)

TRANSMARINE THEATER 海外剧场

周一 约13:00播出

6月30日《女人四十》(中国香港)
7月07日《御猫三戏锦毛鼠》(中国香港)
7月14日《神打》(中国香港)
7月21日《洪拳小子》(中国香港)
7月28日《飞狐外传》(中国香港)

周一 约22:20播出

6月30日《中央车站》(巴西)
7月07日《十二怒汉》(俄罗斯)
7月14日《倾世皇妃》(英国)
7月21日《救赎》(英国)
7月28日《毒品网络》(美国)

周二 约13:00播出

7月01日《地铁惊魂》(韩国)
7月08日《真假兄弟》(印度)
7月15日《朝鲜名侦探之高山乌头花的秘密》(韩国)
7月22日《铁旗门》(中国香港)
7月29日《飞狐外传》(中国香港)

周二 约22:20播出

7月01日《逃离克隆岛》(美国)
7月08日《星际迷航》(美国)
7月15日《天赐良机》(巴拿马)
7月22日《王者之剑》(美国)
7月29日《赤警威龙》(美国)

周三 约13:00播出

7月02日《笑林小子》(中国香港)
7月09日《猩猩王》(中国香港)
7月16日《红辣椒》(中国香港)
7月23日《盗剑》(中国香港)
7月30日《连城诀》(中国香港)

周三 约22:20播出

7月02日《我们来自未来2》(俄罗斯)
7月09日《钻石13》(法国)
7月16日《速度与激情3:东京漂移》(美国)
7月23日《舞力对决2》(英国)
7月30日《火线干探之独当一面》(德国)

周四 约13:00播出

7月03日《完美对垒》(韩国)
7月10日《雅典娜:无谓诸君》(韩国)
7月17日《海角七号》(中国台湾)
7月24日《一代英豪》(中国香港)
7月31日《天龙八部》(中国香港)

周四 约22:20播出

7月03日《穿越西伯利亚》(英国)
7月10日《战争游戏2:死亡代码》(美国)
7月17日《速度与激情4》(美国)
7月24日《野兽男孩》(美国)
7月31日《末日预言》(加拿大)

周五 约13:00播出

7月04日《冲锋队之怒火街头》(中国香港)
7月11日《神剑魔江湖》(中国香港)
7月18日《萧十一郎1971》(中国香港)
7月25日《情站》(中国香港)

资讯

INFORMATION

今年中国电影票房超百亿 国产片市场份额过半

截至5月21日,2014年的中国电影票房达到100.24亿,突破百亿大关。其中国产片56.14亿,进口片44.1亿,在进口影片的强势压力下,国产片市场份额仍占到了56%。

2010年,中国电影年票房首次破百亿。4年时间,中国电影年票房破百亿的用时一直在缩短:2011年在10月份,2012年在8月,2013年在6月。数据凸显了中国电影产业持续高速发展的势头不减。

截至目前,今年票房前10位影片中,国产片与进口片各占5席。其中,《西游记之大闹天宫》以10.44亿票房雄居榜首。5部国产片不仅总票房领先于进口片,且单片票房也毫不逊色。5部国产片中除《西游记之大闹天宫》外,其余4部都是普通2D版,平均票价远低于5部IMAX和3D版本的进口片。低票价而高票房,意味着国产片的观众人次远超进口片,国产电影的市场认可度越来越高。

广告主电视广告预算逐渐向在线视频转移

国外市场竞争者出新招,国内卫视也不甘示弱。湖南卫视与旗下芒果TV全平台提出的“不销售,只独播”策略,回收版权动作之大让视频业也一阵唏嘘。

无论是渠道创新还是“独播”策略,都仅仅是传统电视台在迎接互联网时代激战的一个开端。

无独有偶,今年世界杯,中央电视台也不向任何视频网站开放直播权,只通过自家网站播出;有消息称,浙江卫视、江苏卫视都有可能跟进,只是具体措施尚未公布。

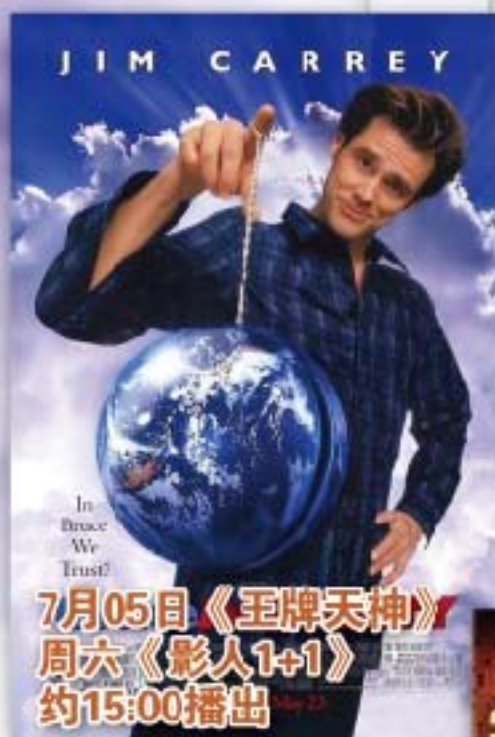
在线广告大势所趋,视频网站多受瞩目,互联网电视的快速普及,传统电视台在现实面前更显无奈,“独播”在视频网站的辉煌成就是否能被复制过来未来还扑朔迷离。

电视仍然是儿童接触最多的媒体

电视仍然是儿童媒介利用的最大元素。对成人来说,电视可能是旧媒介;但是对孩子来说,是有趣的媒介,他们可以看卡通片和其他有趣的表演。许多孩子来说,旧网络是数字媒介的补充。

2013年第四季度媒介使用列表中,Nielsen发现2到11岁的孩子每个月看111个小时10分钟传统电视节目;另外,花10个小时45分钟看时移电视;而且,还花9个小时18分钟观看DVD或蓝光光碟。

2013年7月,在琼甘兹库尼中心芝麻街工作室进行的不同媒体活动搭配调查中,父母提供2到10岁孩子的每日媒介接触指数比较低,但是电视仍然是优势媒介。





直通好莱坞

下一个新星就是你!

M1905电影网电影表演夏季训练营火热开启

M1905电影网电影表演夏季训练营致力于打造首个中国最权威的表演训练营，挖掘有潜力、

有实力的中国演员进入电影圣地——好莱坞。

优秀学员将有机会前往美国查普曼大学进行深造以及参与中外合拍电影《马可波罗》的拍摄。

奥斯卡委员会成员凯丽·加琳多、查普曼大学电影学院教授玛莎·库利奇、好莱坞演员莎朗·黛比亲自授课。

来到电影频道电影表演夏季训练营，你就是下一个好莱坞常客！

开学日期：2014年6月16日

授课地点：无锡国家数字电影产业园

具体报名详情敬请关注电影频道电影网！

1905 电影网