

M MOVIE CHANNEL CCTV 6

广告资讯

影响无处不在 在中国最具投放价值的媒体



CTR个案集群研究部
2015年春节假期收视盘点

国内品牌营销宝地频受挤压 外资化妆品品牌进军“大综艺”
2014年电影频道外资化妆品品牌硬广投放放缓、进军综艺，
2015仍将延续

思念试水娱乐平台 总第162期 在电影频道精耕细作“火起来”
2015年04月
2014年思念食品引发速冻食品行业营销之变

BEAUTY & BEST

2015/4/12

电影频道4月开启大片新模式
明星校花学神巨作齐飞

电影频道大型季播综艺节目《校花与学神》将于4月17日20:15火热开播，一大批青春浪潮热力袭来。同期，电影频道还会推出中外校花学神明星的代表作品展播。影坛内外校花、学神齐聚电影频道，在4月开启大片新时代。

届时，赵薇、张静初、江一燕、汤唯、林志玲等大腕级校花及王力宏、黄磊、赵又廷等校草级学神将携代表作品——亮相电影频道晚间时段，与综艺节目《校花与学神》形成青春合围，打造4月青春补脑季。



电影频道二季度开启“青春派对”， 妙龄观众人气暴涨

2015年二季度的综艺收视战激战正酣，硝烟在各大卫视之间弥漫。为了抢夺收视份额，浙江卫视于近日公布了《奔跑吧兄弟》第二季的成员名单，并定档于4月周五晚间播出；湖南卫视也推出了从韩国引进的综艺节目《真正的男人》，最后更名为《真正的男子汉》，接档《我是歌手》第三季，与浙江卫视的《奔跑吧兄弟》正面对决；江苏卫视将在同时段播出探险类真人秀节目《前往世界的尽头》；而东方卫视、北京卫视也在周五晚间推出了各自的王牌节目，二季度综艺节目收视争夺战已经提前打响。

虽然新节目还未开播，但各家卫视明争暗斗，早早上演“抢人大战”，年轻明星占据综艺节目半壁江山。

与卫视频道的“抢人大战”不同，电影频道第二季度全新推出以电影为核心的大型户外真人秀综艺节目《校花与学神》，将节目人物设定为大学校园里的少男少女，将节目的受众定位更加年轻化。无论从2014年年底到2015年第一季度播出的《来吧！灰姑娘》，还是从2015年第二季度播出的《校花与学神》都不难看出，电影频道正在大刀阔斧地开发年轻观众市场，将收视观众年龄段前移，并收到立竿见影的效果。春节期间数据显示，电影频道4-14岁观众收视增长明显，并已经融入主体收视群。

2015年二季度，电影频道重磅推出电影益智青春秀《校花与学神》，接棒《来吧！灰姑娘》，将开启电影频道二季度的“青春派对”。《校花与学神》这一档以电影为核心内容的大型益智类励志青春秀节目，由韩国《爸爸，我们去哪儿》主力团队联手电影频道及中国顶级综艺节目制作团队共同研发。节目力求寻找全球最机智学霸、全国最美丽校花。将节目内容与电影频道盛典资源巧妙结合，参与节目的校花、学神们可赢取戛纳电影之旅和百万梦想基金。

2015年第二季度，电影频道每周日晚黄金时段青春力量热力来袭！期待您的关注。

目录CONTENTS

总第162期
2015年04月

04

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》、《光影直播室》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。



P09



P17

专题SPECIAL SITE

- 04** 国内品牌营销宝地频受挤压 外资化妆品品牌进军“大综艺”
2014年电影频道外资化妆品品牌硬广投放放缓,进军综艺,2015仍将延续

品牌观察BRAND OBSERVATION

- 08** 思念试水娱乐平台试验田 在电影频道精耕细作“火起来”
2014年思念食品引发速冻食品行业营销之变

数据DATA

- 12** CTR个案集群研究部
2015年春节假期收视盘点
- 16** 920时段“动态重构” 电影频道“拼编排”取胜
2015年春节期间电影频道晚间时段价值duangduang跳出线

关注ATTENTION

- 20** 300多部中外佳片在京绽放
金典系列暨纪念电影诞辰
第五届北京国际电影节迎春再起航
- 22** 《校花与学神》整装集结 美丽与智慧一触即发
二季度“大综艺”开启益智类综艺节目新模式

24 4月播出国内影片介绍

《老男孩猛龙过江》
《逆袭》
《黎明之眼》
《9号女神》
《女人本色》
《江南爱情故事》
《神通杨影》
《血滴子》

28 4月播出海外影片介绍

《安德的游戏》
《我的名字叫可汗》
《暗杀》
《摩纳哥王妃》

30 节目预告表

资讯INFORMATION

32 央视春节成绩单: 多频道收视率上涨

2015年1月, 电视广告曝光指数上涨, 《来吧! 灰姑娘》位列前十
电影娱乐衍生产业开拓新模式



P24



《广告资讯》2015年04月 总第162期

主办/Responsible Institutions:

国家新闻出版广电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 Press, Publication,
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

刊物投递咨询/Phone:

010-64489508

邮箱/E-mail:

guanggaoc@xun@126.com

电影频道官方网站/

Movie Channel Official Website:

www.1905.com

主编/Editor-in-Chief:

党海燕 Dang Haiyan

编审/Editorial:

张雷 Zhang Lei
苑茵 Yuan Yin
乔江平 Qiao Jiangping
于磊 Eva Yu
袁蓉蓉 Yuan Rongrong

责任编辑/Executive Editor

赵晓慧 Zhao Xiaohui

美术编辑/Art Designer:

李鑫 Li Xin

设计制作/Design:

北京中健龙和广告有限公司 (010-64489508)
Beijing Zhongjianlonghe Advertising Co., Ltd.

国内品牌营销宝地频受挤压 外资化妆品品牌 进军“大综艺”

2014年电影频道外资化妆品品牌硬广投放放缓、
进军综艺，2015仍将延续

2014年，中国广告市场增长为2.2%，但传统广告市场首次出现下降，微降1.7%。电视广告花费首次呈现停滞状态。其中，最大支柱化妆品/浴室用品降幅达8%；新媒体类广告保持高速增长态势，化妆品/浴室用品对增长助力较大。

虽然，化妆品品牌在硬广投放力度上逐步下滑，但在电视综艺节目冠名、广告植入上可谓是大下血本。先有2014年韩束在电视节目中斥巨资打广告，以2.4亿元冠名江苏卫视《非诚勿扰》、5500万元冠名天津卫视《非你莫属》、5800万元冠名东方卫视《背着青春去旅行之花样爷爷》、1800万元赞助东方卫视《女神的新衣》、1960万元投播东方卫视《中国梦之声》第二季等综艺节目；后有珀莱雅成功冠名浙江卫视《中国喜剧星》，美宝莲纽约独家冠名电影频道《来吧！灰姑娘》，并联合电影频道开创综艺植入新模式。

2015年广告市场攻守之战已经在春寒料峭中展开，本期专题将根据过去一年中化妆品/浴室用品行业的广告投放表现，对2015年化妆品/浴室用品的品牌之争进行预测。



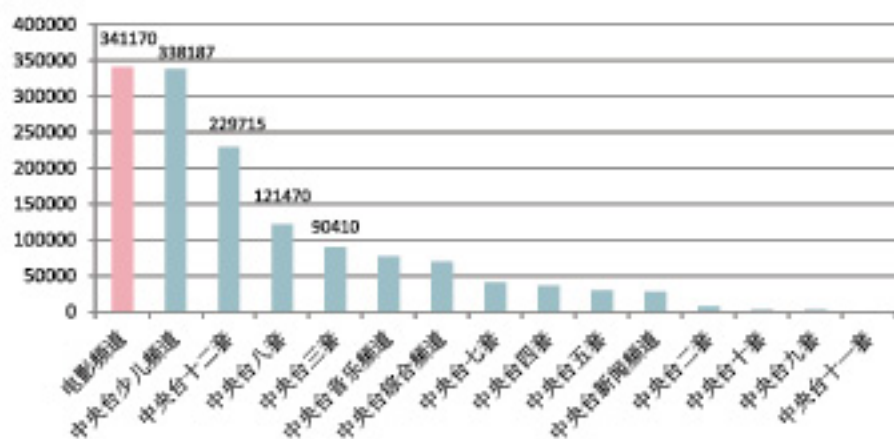


“重灾区”下，化妆品品牌在电影频道广告投放依然坚挺

2014年电视广告资源仍然处于调整期，整体下降11%。中央台的时长降幅最大，其中一套、三套、八套、十三套分别减少6%、34%、33%、7%；在省级卫视时长整体下降之时，湖南卫视、浙江卫视仍分别增长7%和4%。

数据显示，在央视各频道化妆品品牌广告投放大幅下降的情况下，电影频道仍占据央视所有频道投放量之首，2014年电影频道广告投放量达341170秒；央视少儿频道以338187秒紧随其后；与少儿频道的紧随不同，十二套法制频道以大幅度差距位居第三。

2014年中央台各频道化妆品/浴室用品行业广告投放时长[秒]对比



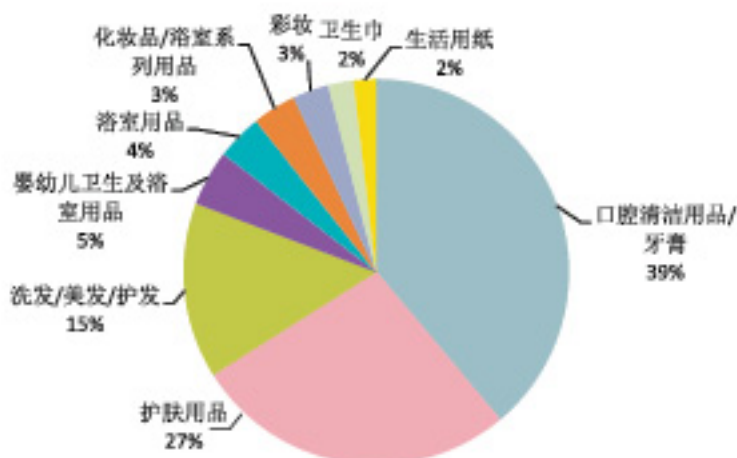
数据来源: CSM, 35城市, 2014年全年

口腔清洁用品广告投放保持“长胜”状态，护肤用品多品牌发力势如破竹

随着居民生活水平的提高，护肤品广告投放正逐年升高，携同洗发、护发、口腔清洁，并肩组成日化大类，成为中国广告投放大客户。

电影频道化妆品/浴室用品行业品牌广告投放TOP5分别是口腔清洁用品、护肤用品、洗发/美发/护发产品、婴幼儿浴室用品及浴室用品，TOP5的投放占比高达90%。其中，投放比重最大的为口腔清洁用品，为39%。另外，由于近年来国产护肤品牌不断崛起，带动了整个护肤品行业的广告投放。2014年全年，护肤品广告投放量占据电影频道化妆品/浴室用品行业的27%。洗发/护发广告常年被大品牌占据，总体投放量占据15%。

2014年电影频道化妆品/浴室用品行业各品类广告投放比重



数据来源：CSM，35城市，2014年全年

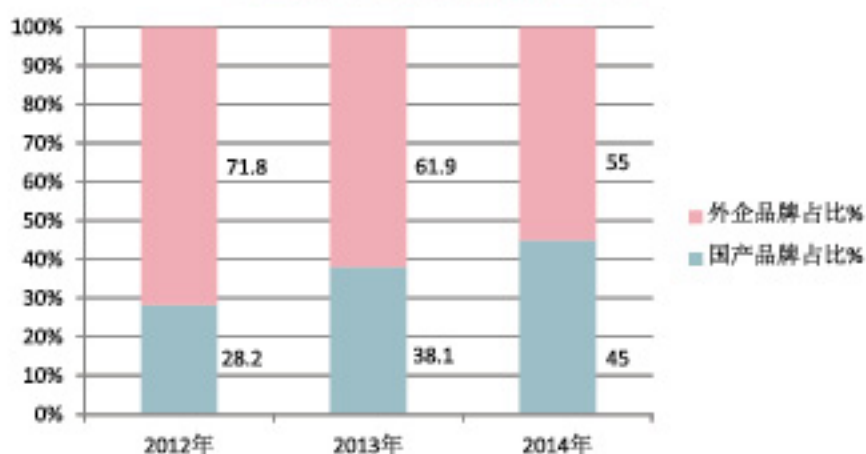
外资军团观念转变进军“大综艺”，国内新生品牌硬广追击决不妥协

外资军团凭借华丽的广告表现和高额的广告费用，投放量占据排行榜前列，并在多个品类中形成领先军团现象，他们的广告在电视屏幕上随处可见。

2014年，随着国内综艺节目数量的井喷，为国内化妆品品牌提供了“大传播”的机遇。部分品牌凭借“大综艺传播”突破了外资品牌硬广告的封锁，快速建立知名度，取得了优异的市场效果。

根据2012年至2014年对比数据显示，外资化妆品品牌广告投放正逐年缩减。2012年电影频道化妆品/浴室用品行业，外资品牌占71.8%的投放占比，2014年减至55%。外资品牌硬广告的缩减反映出外资化妆品品牌也开始将广告投放锁定至国内综艺栏目。美宝莲纽约冠名的《来吧！灰姑娘》便是最好的佐证。在外资化妆品品牌开始进军国内综艺节目的同时，国产化妆品因新生品牌的增多，广告投放量逐年大幅增加。截止到2014年，国产品牌的广告投放量已经和外资品牌平分秋色。

2012、2013、2014年电影频道化妆品/浴室用品行业
外企品牌和国产品牌所占比重对比



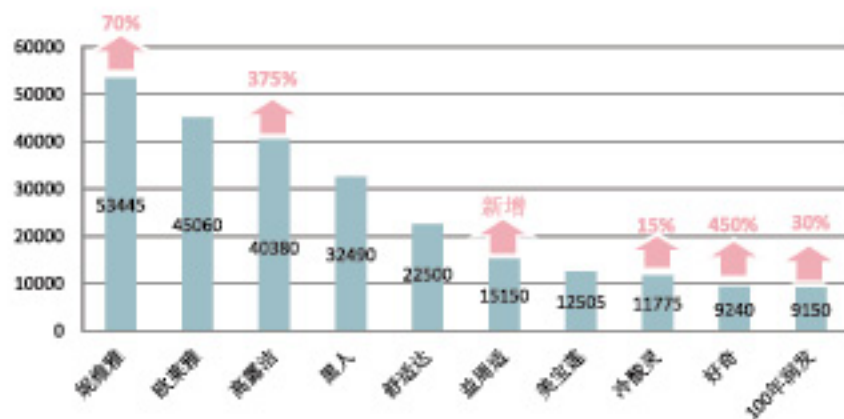
数据来源: CSM, 35城市, 2012-2014年

护肤品牌巨头欧莱雅风头不再, 主打男性护肤品牌的妮维雅大幅度赶超

2014年化妆品/浴室用品行业两大品类——护肤品、洗护发用品的花费缩减, 使口腔护理品牌出尽了风头。在电影频道化妆品/浴室用品行业广告投放TOP10中可见, 牙膏品牌占据5个席位, 占有品牌数量份额的50%, 且广告投放增长幅度巨大。数据显示, 2014年高露洁广告投放增幅为375%, 冷酸灵为15%。除此之外, 新晋品牌易网通以15150秒的投放量, 位居舒适达之后。

在整个行业广告投放TOP10中, 护肤品牌独占鳌头, 但在品牌位次上出现了轻微变动。原榜首品牌欧莱雅被妮维雅赶超, 退至第二。妮维雅凭借男性护肤新品类在2014年充分发力, 广告增幅达70%, 以全年53445秒的广告投放量位居TOP10榜首。

2014年电影频道化妆品/浴室用品行业广告投放时长[秒]TOP10品牌



数据来源: CSM, 35城市, 2014年全年

思念试水娱乐平台试验 在电影频道精耕

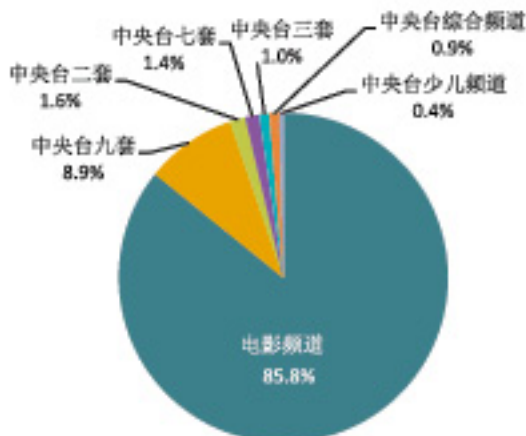
2014年思念食品引发速冻食品行业营销

思念食品一直是我国速冻食品行业内的标杆企业。在传统中谋求创新，促使思念食品在企业发展中进行多种尝试。思念水饺近期一直发力创新自己的娱乐营销手段，希望在传统的营销方法中找到一条新商机。

思念食品一直尝试新的娱乐营销道路。不到一年时间，就四次登上娱乐电视秀，彻底走上娱乐、快乐营销的路线。继《爸爸去哪儿》和《中国达人秀》后，思念食品以“中华面点”之名，独家赞助东方卫视全新打造的国内首档喜剧真人秀《笑傲江湖》栏目，将中华面点推上“星途”。之后，思念食品联合电影频道共同呈现大型养成类综艺选秀节目《来吧！灰姑娘》，将新产品花仙子汤圆成功推上市场。

大胆试水娱乐平台，电影频道最受青睐

2014年央视各频道速冻类食品广告投放比例



数据来源：CSM，35城市，2014年全年

思念食品大胆的娱乐营销策略，将速冻食品行业品牌营销推入更激烈的竞争浪潮中。在竞争激烈且规模庞大的速冻食品市场中取得一席之地，是许多品牌发展奋斗的目标。对于企业营销来说，提高知名度是非常关键的一步。许多企业每年的广告投放费用，单在硬广一项上，投放额度就是巨大的。

来自CSM2014年的数据显示，速冻食品是电视媒体上的广告常客。2014年，在央视媒体中共有7个频道成为速冻食品广告投放平台。其中，投放比重最大的为电影频道，占央视所有投放频道的85.8%。速冻食品在电影频道重金投放，一方面反映了快消品品牌的广告投放趋势，另一方面则反映了速冻食品行业品牌对娱乐类型频道的高度青睐。



金田 细作 之变

“火起来”

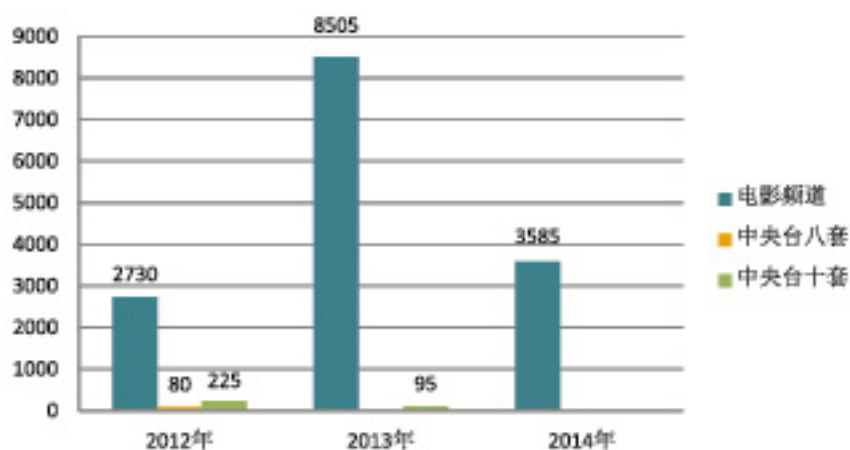
娱乐营销巧出新招，品牌理念轻松传递

思念食品与电影频道的合作由来已久。2013年年底，思念联合电影频道推出新春特别编排。在春节回家，农历新年的特别时期，思念将品牌理念通过电影的方式，轻松快乐地传递给大众。在短时期内高频次播出品牌广告，形成全方位、高密度传播，电影传温情的这种独特情感诉求与思念食品想传递的情感理念高度一致。数据显示，2013年全年思念食品在电影频道的广告投放量达到8505秒，在央视专业类型频道中独树一帜。

2014年，思念食品将营销方式更加具体化，将传播重点集中于综艺节目。在电影频道《来吧！灰姑娘》推出之际，第一时间与电影频道达成共识，共同呈现此档综艺节目。思念食品将新产品花仙子汤圆作为主推对象，深度融合节目内容，形成娱乐大营销。在硬广投放方面，2014年思念食品的广告投放略有缩减，全年广告投放量为3585秒。



2012-2014年思念食品在央视各频道广告投放时长[秒]对比



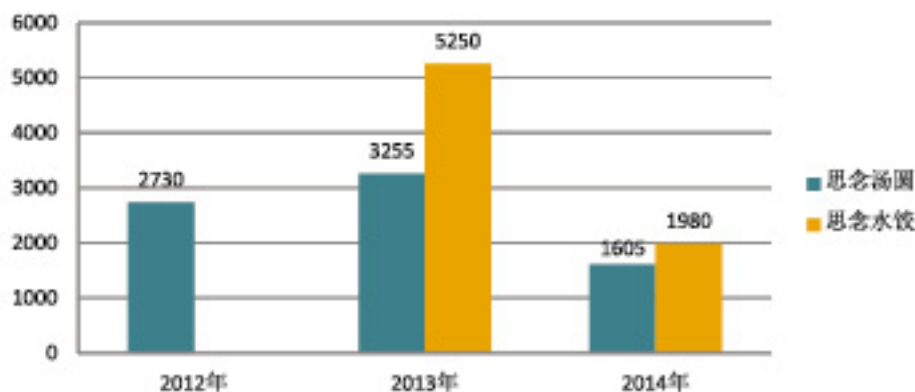
数据来源: CSM, 35城市, 2012-2014年

汤圆、水饺得专宠, 广告投放有效不烧钱

“思念食品”是我国速冻食品行业的领军品牌, 其速冻汤圆、速冻水饺在行业中都有着极高的知名度和市场占有率。思念食品不是烧钱的“土豪”, 公司有六大系列, 约300多个产品, 但在广告投入上只有汤圆和水饺得到专宠。

2012年至2014年数据显示, 思念食品在电影频道广告投放上, 汤圆和水饺两个品类独占鳌头。由于汤圆和水饺都有明显的季节性, 在广告投放上, 思念并没有大肆烧钱, 而是相当谨慎。2012年至2014年间, 思念食品在电影频道的广告投放量逐年放缓, 汤圆与水饺投放量的最大年份均为2013年, 思念汤圆全年投放时长为3255秒, 思念水饺在同年的广告投放量则远高于汤圆, 为5250秒。

2012-2014年思念食品汤圆和水饺系类食品在电影频道广告投放时长[秒]对比



数据来源: CSM, 35城市, 2012-2014年

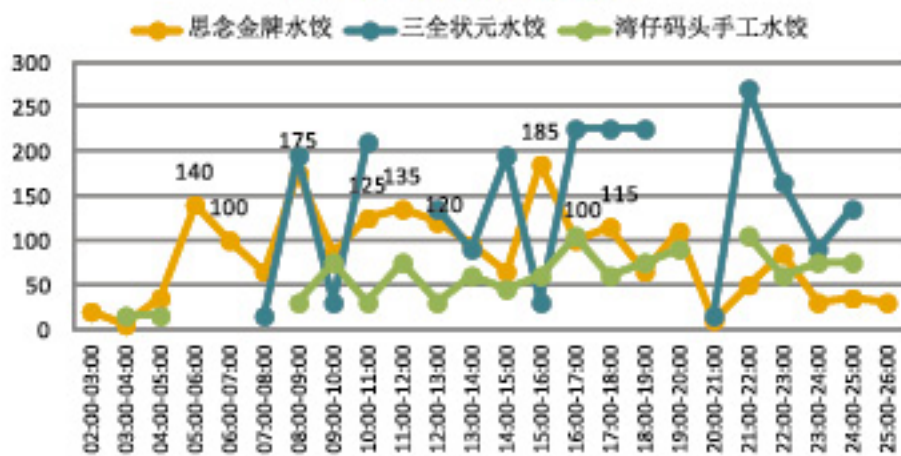


水饺之争暗藏玄机，三大品牌广告投放各显神通

目前，速冻食品行业形成以“思念”、“三全”和“湾仔码头”为领军品牌的三强争霸格局。相对于食品的其他子行业而言，速冻食品行业集中度较高。

“思念”与“三全”两大速冻食品行业巨头，多年以来交替称霸，并无胜负，之后“湾仔码头”以独特的产品定位跻身速冻行业与“思念”、“三全”齐名。三大品牌可谓“难兄难弟”，也可谓“欢喜冤家”。2011年，三大品牌同时被查出质量问题，随后在品牌建设中都不惜重金来挽回名誉。2013年至2014年，三大品牌同时扎堆娱乐营销，产品广告齐聚电视频道。从广告投放策略上看，三大品牌各有千秋。思念金牌水饺广告覆盖电视频道全天时段，白天时段为其广告投放重点时段；三全状元水饺则集中于早、中、晚三大单元时段内，并在晚间黄金时段形成投放高峰；湾仔码头手工水饺在广告投放上略显“鬼马”，分别避开早间、傍晚及深夜时段，将投放重点集中于白天时段。

2014年“思念”、“三全”和“湾仔码头”在电视频道单元小时广告投放时长[秒]对比



数据来源: CSM, 35城市, 2014年全年

作为电视娱乐营销的后起之秀，思念食品精耕细作的营销思路独树一帜，已成为业内人士津津乐道的话题。“思念”娱乐营销的成功经验，必将引发下一轮娱乐营销的趋势之变。



2015年 春节假期 收视盘点

■ CTR个案集群研究部

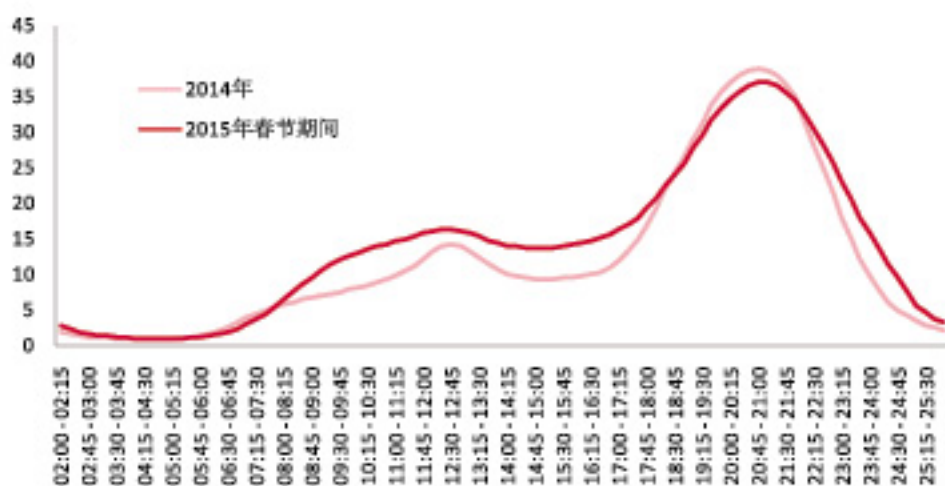
进入春节假期，全国电视市场各级媒体为在节假日抢占市场份额，而纷纷展开攻势，形成了激烈的市场竞争。在这样的竞争趋势下电影频道迎难而上，频道不但在春节假期期间收视份额实现上涨，而且有效巩固了自身在电视市场的地位，从而在春节假期这场“战役”中实现了双赢！

春节期间开机率得到提升，白天时段提升最明显，晚间时段收视高峰得以延长

长假期间人们的生活作息时间安排发生着改变，收看电视节目的习惯也发生变化，通过春节期间全国电视市场开机率与2014年整体对比发现，春节期间开机率在白天增长较大，尤其上午及下午时段增长明显。但在黄金时段19:00-21:00，正值人们阖家欢乐时刻，此时开机率则略有下降。进入晚间可以明显地看到开机率的增长，延长了收视高峰的效果。

春节期间的开机率收视趋势，直接影响了各频道的收视变化。

电视市场2015年春节期间开机率%与2014年全年对比



数据来源: CSM 35城 4+ 2014年、2015年2月18日-24日

电影频道春节收视攀升, 巩固频道市场竞争地位

电影频道2015年春节假期与2014年全年整体对比发现, 频道本次假期收视份额达到3.17%, 相比较2014年份额2.73%有16%的提升。从电视市场环境来看, 2015年春节期间各频道变化较大, 除CCTV-1依旧在第1位外, CCTV-3春节期间的《过年7天乐》、高收视娱乐节目连接使得份额增长迅速, 排名由平时的第4位升至第2位; CCTV-4多次重播了春晚, 同样影响了份额的增长, 排名由平时第6位升至第3位; 湖南卫视虽份额有所增长, 但增长势头逊于前者, 排名由平时第3位下降至第4位; CCTV-新闻由于春节期间无强势节目及编排, 收视下滑严重, 排名由平时第2位下降至第7; 浙江卫视在春节期间连排的《奔跑吧兄弟》春节特辑, 使得频道收视飙升, 排名由平时第9升至第6位; 反观江苏卫视在春节期间连排的《非诚勿扰》特辑, 由于内容不够新颖、没有新意, 导致频道收视下滑, 排名由平时第7下降至第10位。电影频道则依托于良性的编排、优质的资源, 在春节期间电视市场竞争环境中稳扎稳打, 凸显自身竞争力。

上星频道2015春节期间收视份额%排名TOP10

排名	频道	2014年	频道	2015年春节
1	CCTV-1	4.43	CCTV-1	6.50
2	CCTV-新闻	3.10	CCTV-3	5.71
3	湖南卫视	3.08	CCTV-4	3.49
4	CCTV-3	2.74	湖南卫视	3.40
5	CCTV-6	2.73	CCTV-6	3.17
6	CCTV-4	2.52	浙江卫视	3.15
7	江苏卫视	2.37	CCTV-新闻	2.80
8	CCTV-5	2.33	北京卫视	2.12
9	浙江卫视	2.31	CCTV-2	1.97
10	北京卫视	1.99	江苏卫视	1.91

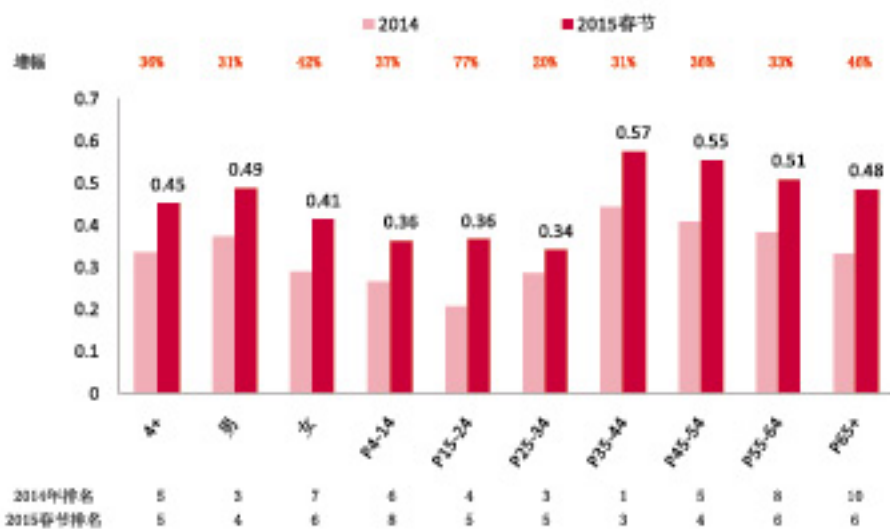
数据来源: CSM 35城 4+ 2014年、2015年2月18日-24日

电影频道2015年春节观众收视增长显著，中、老年观众竞争力地位得到提升

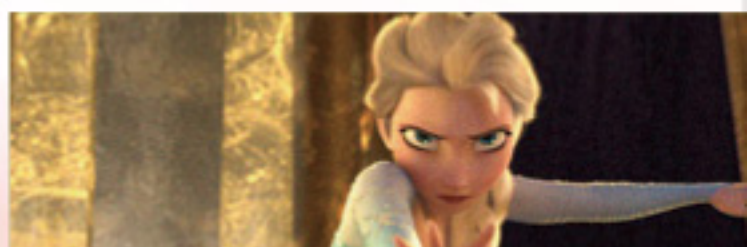
2015年春节期间，电影频道各年龄段人群的收视率均显著增长。男性观众收视增长31%，女性观众收视增长42%，从年龄层看15-24岁人群收视增长幅度达77%，65岁以上老年观众增长达46%。再看排名，由于春节期间整个市场变化较大，青少、中青年观众收视虽增长，但排名均有小幅下降，反之45-54岁、55-64岁及65岁以上观众排名均有增长，也成为频道在春节期间主要的收视人群。

不难看出2015年春节，35岁以上的观众收视增长十分明显，排名也随之提升，可以说是拥有消费决策权的群体更加关注电影频道。

2015春节较2014年电影频道分人群收视率%增长情况



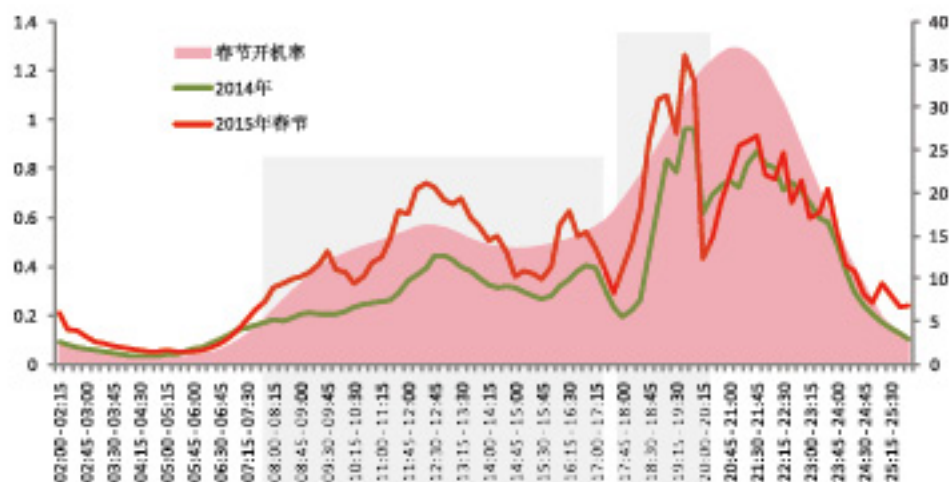
数据来源：CSM 35城 4+ 2014年、2015年2月18日-24日



电影频道2015年春节白天、黄金时段均呈现显著收视增长

2015年春节期间，电影频道全天收视曲线与开机率相比，在午间、晚间黄金时段的收视趋势均明显优于开机率，与频道2014年相比，在上午、午间、下午、傍晚、黄金、晚间的收视高峰增长十分明显。

2015春节较2014年电影频道全天分分钟收视%及开机率%走势



数据来源: CSM 35城, 4+ 2014年, 2015年2月18日-24日

结语: 2015年春节期间, 在电视市场激烈的收视竞争冲击下, 电影频道在收视增长的同时, 巩固了自身市场地位, 并且得到了35岁以上观众关注, 形成了大幅度的收视增长。35岁以上观众正是当下社会, 具有核心购买决策权的人群, 这恰恰证明电影频道的核心价值所在, 势必引起更多企业、广告主的关注, 实现频道在广告经营上的增长!



920时段“动态重构” 电影频道“拼编排”取胜

2015年春节期间电影频道晚间时段价值duang duang跳出线

2015年初，“一副两星”正式进入电视编排时代，920时段随之进入节目“大换血”时期。CSM高级市场策略总监陈晓洲认为，目前920时段处于“动态重构”时期。从目前省级卫视920节目表现上看，几家欢喜几家愁，且“总体失败”。

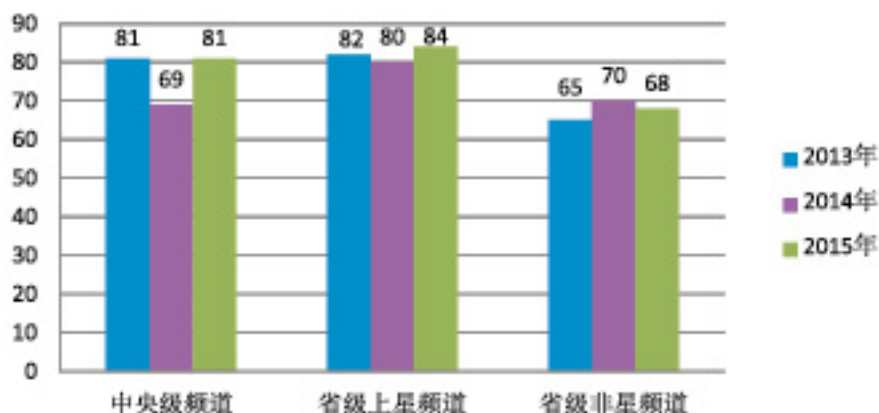
前承黄金剧场后启晚间22点档节目，920节目带被委以延续电视剧后收视率稳定，甚至爬坡的重任，但隔出一月，两家一线卫视收视表现并不乐观，此时段罕有超过0.5%的节目。920节目带的不少剧场收视大幅度下降，未能拉动晚间节目的收视。

央视军团征战晚间时段，人均收视分钟数“撑杆起跳”

省级卫视试水920时段新编排的集体失利使得二、三线特色卫视优势得以凸显。山东、江西卫视在该时段收视表现惊人。另外央视军团专业、多样的频道形态优势得到充分发挥，电影、综艺节目收视大幅提升，内容优势再次爆表，春节期间尤为明显。

CSM2013-2015年春节期间数据显示，除地面频道表现低迷外，央视军团及省级上星卫视晚间收视在不断提升。央视频道提升幅度最大，2015年人均收视分钟数为81分钟，与2013年持平，比2014年提升17%；省级上星卫视2015年人均收视分钟数比去年提升5%；地面频道则下降5%。

2013-2015年春节期间晚间时段(18:30-24:00)
各级电视媒体人均收视分钟数对比



数据来源:CSM,35城市,2013-2015年春节期

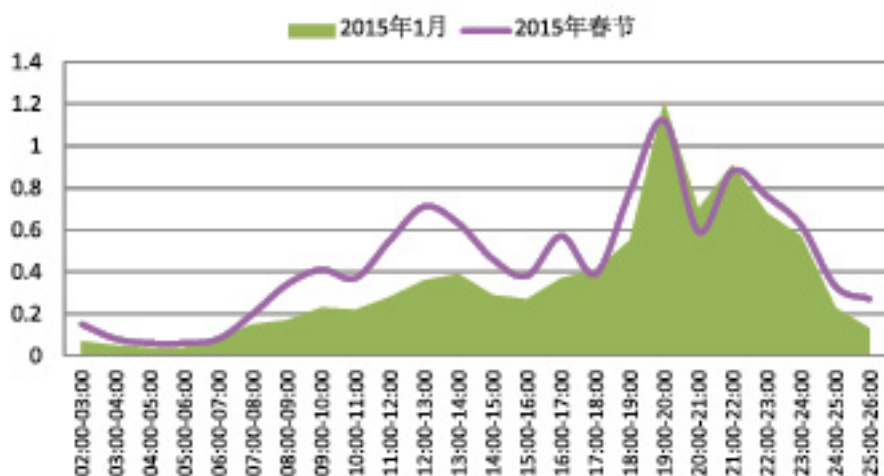
收视表现两大特点,强化电影频道晚间内容优势

2015年春节期间,电影频道为全国观众精心安排了一场网罗国内、外电影的饕餮盛宴,重磅推出一系列主题影展。同时,电影频道还特别策划羊年专题影展、羊年明星大拜年,在大年初一、初二连续两天推出属羊明星影片连播。此次,电影频道安排的属羊明星,更是涵盖了老、中、青几代演员,地域也是港、台、内地齐上阵。

精心的编排为电影频道春节期间收视增色不少。数据显示,2015年春节期间,电影频道收视曲线整体提升幅度较大。相较于1月份,全天时段收视在强大影片编排的支撑下全方位提升,同时表现出两大特点:第一、白天7:00-17:00时段收视攀升明显,并在中午12:00-13:00时段形成高峰点;第二、晚间收视高峰时段延长,从17:00起一直持续到24:00,高峰时段则出现在19:00-20:00时段。



2015年春节期间电影频道全天收视走势[%]对比



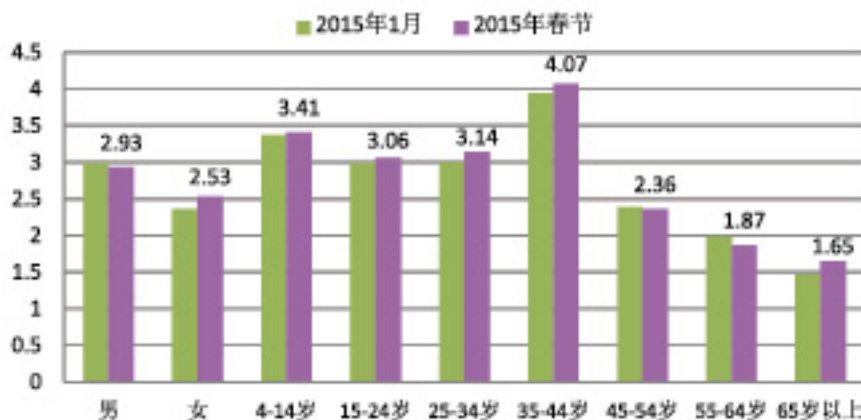
数据来源: CSM,35城市, 2015年1月、春节期

4-14岁年龄段观众激增,加速电影频道平台年轻化进程

春节期间,电影频道网罗大量最新国产大片并独家首播,堪称大手笔。这对于平时忙碌而没有时间去影院的观众来说,可谓是福利送到家了,让观众享受全家一起看大片的美好时光。而每天晚间的黄金时段,更是优中选优,播出的影片类型极为丰富。

丰富的影片类型照顾到了家中各个年龄层次的观众。从电影频道2015年1月及春节期间晚间收视观众对比上看,各年龄段观众市场份额均得到提升。同时,各年龄段收视观众分布较为集中,年龄区间主要集中在4-44岁年龄段观众,其中表现最为突出的是4-14岁及35-44岁年龄段观众。从收视观众表现上可以看出,电影频道晚间时段观众正逐步年轻化,4-14岁年龄段观众已经融入主体收视群。

2015年春节期间晚间时段(18:30-24:00)电影频道分人群市场份额[%]增长情况



数据来源: CSM,35城市, 2015年1月、春节期



首播大片吸睛指数爆表，多部影片收视位居同时段央视全频道第一

春节期间，电影频道在920节目带的重建、影片特殊编排的双利情况下，晚间时段影片收视抢眼，多部影片收视过1%。在2015年春节假期电影频道收视TOP10影片中，有4部在当天播出时段抢占央视全频道收视第一位置。其中3部影片来自晚间时段，1部影片来自午间时段，由此可见电影频道晚间时段价值。

占据TOP10影片榜首的是晚间外片时段播出的《金刚狼》，以1.55%的收视位居央视全频道同时段第一；排名第二的《反贪风暴》，收视率为1.33%，同样位居央视全频道同时段第一；另外，《太平轮》、《特殊身份》也占据当日同时段第一位置。首播大片吸睛功力可见一斑。

2015年春节期间电影频道收视[%]TOP10影片及同时段央视排名



数据来源：CSM，35城市，2015年春节假期

300 多部

中外佳片在京绽放 金典系列饕餮纪念电影诞辰

5th BEIJING INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

第五届北京国际电影节迎春再起航

第五届北京国际电影节将于4月在京开幕。今年电影节的展映单元汇聚了300多部中、外佳片。第87届奥斯卡大赢家《鸟人》、《布达佩斯大饭店》等影片，以及多部影史经典都将亮相“北京展映”的大银幕。

北京国际电影节包括评奖竞赛、北京展映、电影市场、技术论坛等诸多

环节。对影迷而言，展映单元更像是个“一年一度的大聚会”，在这个“最接地气”的环节中，短短数天内，会有数百部不同国别、多种类型、主题风格迥异的电影佳作陪同影迷展开一段全新的电影之旅。

电影节组委会相关负责人表示，展映单元以“春天到北京来看世界最

好的电影”为目标。今年汇聚的300多部中外佳片，将在全北京23家商业影院、艺术影院和8所高等院校进行放映，所邀影片将以艺术性、观赏性、融合性三方面为标准。

本次电影节亮点颇多，在环节设置、展映影片类型及奖项设置上随处可见创新、融合的气质。

▲ 展映再打怀旧牌，经典影片重现全球电影辉煌历程

展映单元面向“经典”和“当代”两个方向，包括首映式、大师回顾、修复经典、系列饕餮等环节。其中，“系列饕餮”将献上经典黑帮影片《教父》三部曲；“大师回顾”有奥逊·威尔斯导演的经典作品《上海小姐》、《陌生人》；“修复经典”中将放映经典影片《美国往事》，该修复版长达四小时左右，绝对能满足影迷的胃口。

2015年是世界电影诞生120周年，中国电影诞生110周年，同时还是奥逊·威尔斯、“好莱坞第一夫人”英格丽·褒曼、石挥、赵丹等知名影人的百年诞辰。为此，电影节安排展映在世界电影史和中国电影史上有纪念意义的经典影片，回顾知名影人佳作。

除多部影史经典之外，展映片单中也不乏当今世界影坛最新、最具代表性的作品。新晋奥斯卡赢家《鸟人》、《布达佩斯大饭店》、《模仿游戏》将对阵夏纳宠儿《醉乡民谣》、《利维坦》、《两天一夜》。这些如潮好评的佳作同期亮相北京，将为影迷献上一场视觉盛宴。

▲ 新增“MPA”大奖，联合美国电影协会开创“好莱坞电影大师班”

第五届北京国际电影节·电影市场将与美国电影协会（MPA）在电影市场“项目创投交易平台”展开深度合作，并在电影市场原有奖项的基础上增设“MPA大奖”。获奖者将与其他国家优胜项目方，一同前往好莱坞六大电影公司系统学习专业化制作流程，并有机会向众多国际制片公司推介自己的项目。双方还将联合举办“好莱坞电影大师班”开幕论坛，好莱坞大师培训，项目路演等活动。

以发掘扶植创作新人、孵化有特质的华语类型电影为首要目标的北京国际电影节·电影市场“项目创投”板块，在2014年升级为“项目创投交易平台”。“项目创投交易平台”作为北京电影市场的两大平台之一，致力于为具有市场潜力的优秀电影项目搭建集甄选、培训、路演、评奖、洽谈为一体的孵化平台，并助力中国电影产业挖掘最有价值的潜力项目，把另一大平台——“电影要素交易平台”资源中可与之匹配的金融、法律、制片、制作、宣发等“电影要素”充分整合，发挥平台作用和资源对接优势，全面孵化电影市场中优选的潜力项目。

▲ 电影频道“明星90秒”，现场亮点明星角度及时解析

第五届北京国际电影节将于今年4月16日至23日在京举办。届时，电影频道及1905电影网会对本次电影节进行全程直播报道。电影频道除对本次青春盛宴进行特别关注外，还参与了电影节环节设计。作为历届“大影节”播出平台，电影频道将第五届北京国际电影节进行重点打造，在明星红毯环节之后增设“明星90秒”节目，电影频道节目主持人将现场随机邀请明星加入到节目中去，进行90秒的快问快答采访，敬请期待。





《校花与学神》整装集结 美丽与智慧一触即发

二季度“大综艺”开启益智类综艺节目新模式

2015年二季度的综艺收视战激战正酣，硝烟在各大卫视之间弥漫。为了抢夺收视份额，浙江卫视于近日公布了《奔跑吧兄弟》第二季的成员名单，并定档于4月，周五晚间播出；湖南卫视也推出了从韩国引进的综艺节目《真正的男人》，最后更名为《真正的男子汉》，接档《我是歌手》第三季，与浙江卫视的《奔跑吧兄弟》正面对决；江苏卫视将在同时段播出探险类真人秀节目《前往世界的尽头》；而东方卫视、北京卫视也在周五晚间推出了各自的王牌节目，二季度综艺节目收视争夺战已经打响。

卫视的综艺大戏将“明星综艺”推上风口浪尖。现在，明星嘉宾已经成为综艺节目吸引观众的重要手段，热门综艺与电视剧绑定播出的方式能够在一定程度上起到带动作用。不仅电影利用“粉丝经济”捞票房，综艺节目也借“粉丝经济”博收视。综艺节目的同质化、类型化，再次成为“毒瘤”。

2014年底，电影频道加入“综艺大战”，相继推出《来吧！灰姑娘》、《中国影响力》及即将登上银幕的《校花与学神》。三档综艺节目均避开“明星效应”，从青春校园中以综艺的角度挖掘电影人才，为电视综艺市场带来一股青春气息浓郁，前所未有的清新之风。





电影频道综艺大戏第三弹完美出炉,蓄势待发!

电影频道综艺大戏第三弹励志青春真人秀综艺节目《校花与学神》,拟于4月12日起每周日晚20:15播出。节目由中韩顶级制作团队合力打造,16位甜美校花,16位“总裁”学神,13位明星嘉宾在电影世界中将激发出怎样的化学反应?一起拭目以待!

《校花与学神》是一档以电影为核心内容的大型互动综艺秀节目,该节目由电影频道及中国顶级综艺节目制作团队,联合韩国《爸爸,我们去哪儿》主创团队共同打造。

节目将在世界顶级院校中选出16位最美校花和16位学识丰富的最强学神,采用“全景”加“北京演播室”加“海外特别环节”的拍摄手段,校花与学神搭档闯关的方式,再结合电影内容进行趣味问答和游戏。

美丽与智慧并存:最美校花搭档最强学神,谁才是这场比赛真正的主角?

综艺性智力问答VS真人秀:悬念式赛制层层递进,残酷考验搭档“危险关系”,为赢得胜利是“携手到底”还是“中场替换”,现场选择,全面披露。

让电影融入生活:从电影中寻求真相,用游戏挑战选手神经,在对抗中显露真情。

耀眼星光:影视巨星全力加盟,对抗升级。

获得冠军的校花选手,将有机会参与由韩国超人气偶像金宇彬主演的中韩合作科幻大片;夺下冠军的学霸则能获得由节目组提供的梦想创业基金。另外,冠军组选手可以随剧组参加2015年的戛纳电影节红毯仪式。

《校花与学神》的提前预热宣传已全面启动,在全国不同省市开启校花、学神报名选拔活动。同时,开启微博、微信等多个官方平台,线上、线下全方位与观众互动。电影频道《校花与学神》期待您的关注与互动!





播出时间 | 2015年4月3日(周五) 约 18:20《动作90分》

《老男孩猛龙过江》

Old Boys: The Way of The Dragon

青春是一场又猛又萌的梦

编剧 | 肖央

导演 | 肖央

主演 | 肖央 王太利 屈菁菁 郝凯瑞 赵婉婷

制片国家/地区 | 中国大陆

影片类型 | 剧情 喜剧

上映日期 | 2014年

编者手记

被媳妇全家嫌弃的倒插门女婿王小帅面临生活困境，决心放下一切实现梦想。于是，他找到了老同学肖大宝，曾经因女孩马璐而分道扬镳的两人又聚在了一起，决定前往美国男同性恋选秀节目。两兄弟在纽约，却阴差阳错卷入了黑帮斗争事件。虽然他们只想取得好名次，但是却引发了一系列爆笑事件，更让他们摸不着头脑的是，两位来自朝鲜的神秘杀手竟然也和此事有关。万般无奈之下两个“老男孩”决定这次来把大的！成功或逆袭，就看决赛！

影迷心声

歌曲依然是打动人心的地方，带着草根，带着恶搞，还有梦想和爱情，叙事形式和电影语言的形式感都很成熟。

——鸿爪

《逆战》

The Viral Factor

眼中都是火药，心里都是亲情

编剧 | 林超贤 吴炜伦

导演 | 林超贤

主演 | 周杰伦 谢霆锋 林鹏 白冰

制片国家/地区 | 中国香港 中国大陆

影片类型 | 剧情 动作 惊悚 犯罪

上映日期 | 2012年

编者手记

国际安全局的王尚恩率万飞等部下远赴约旦，押送制造天花病毒变体的科学家肯纳。岂料王尚恩叛变，将肯纳劫走，万飞头部受重伤，他同队中的心上人也在这次任务中身亡。三个月后，王尚恩等人研制的病毒造成一艘货船上的人们尽数死亡，他准备贩卖疫苗谋取暴利。万飞在医院中被告知头部的子弹无法取出，两周后他会有生命危险。此时，万母向其透露他有一个失散多年的哥哥。为了完成母亲心愿，万飞前往吉隆坡寻找哥哥万阳……

影迷心声

剧情从刚开始就像上紧的发条管到最后，手心过电般激起阵阵热汗，节奏酣畅淋漓，亲情溢然欲泣，镜头剪辑利落冷峻。文戏、武戏，硬件品质丝毫不逊色好莱坞警匪片。

——谢溪



播出时间 | 2015年4月4日(周六) 约 15:40《影人1+1》



播出时间 | 2015年4月14日(周二) 约 18:20

《黎明之眼》

The Eyes of Dawn

历史不能尘封，必须铭记

编剧 | 吕小龙

导演 | 吕小龙

主演 | 郑佩佩 原子铤 管江 吕小龙

制片国家/地区 | 中国大陆

影片类型 | 剧情 历史 战争

上映日期 | 2014年

编者手记

日本随军战地记者秋山和美为了了解慰安妇真相，潜入慰安营写下了慰安妇的真实报道，在被日统得知后，对其进行暗杀，幸亏得到了日军情报部中村谦一少佐即黄子谦的及时解救，日本将军铃木正文得知中村谦一的真实身份后也下达了追杀令。在中共地下党的安排下，秋山和美改名刘和美，与黄子谦一路逃往缅甸仰光展开抗日活动。历经生死劫难后的二人喜结连理，生下女儿小莉莉，但好景不长，日军进攻缅甸，在逃难的过程中，刘和美与丈夫、女儿走散，并被日军铃木正文捕获，将她押送进慰安所里沦为慰安妇……

影迷心声

佩佩老师演的就是到位，原子铤也很给力。

——大可爱睡睡觉

《9号女神》

Cherry Goddess

爱在一座城

编剧 | 凡一平 章明

导演 | 章明

主演 | 冯家妹 吕星辰 周诗

制片国家/地区 | 中国大陆

影片类型 | 爱情

上映日期 | 2014年

编者手记

从白鹿原走出的务工青年刘强，是一个没钱、没车、没房的“三无”屌丝。他为了帮村里卖樱桃，参加了电视相亲节目并认识了唯一留灯给他的9号女嘉宾研究生张林洁，并对其一见钟情。然而，刘强在白鹿原上，还有一个互生情愫的农村姑娘李玉珍，几个不同背景的年轻人在交往中究竟会发生什么样的趣事？这些年轻人们在为新农村的建设中，又会引发哪些故事？让我们拭目以待……

影迷心声

“接地气”和“很感人”的一部电影，整体轻松，些许笑料颇有趣味，吕星辰主演，镜头感觉很好。

——何小松



9号女神
Cherry Goddess

1月9日 把爱让你

播出时间 | 2015年4月15日(周三) 20:15《黄金院线》

《女人本色》

Wonder Women

情义的浅薄，坚持的脆弱

编剧||梁凤仪 黄真真

导演||黄真真

主演||梁咏琪 薛凯琪 林子祥 郑嘉颖

制片国家/地区||中国香港

影片类型||剧情

上映日期||2007年

编者手记

成在信是香港典型的女强人，她的老公杜林被革职，接着，又因为车祸离世。之后，她的儿子因为“非典”而夭折，她还失去了工作，也失去了她与新上司程必聪的一段情。宋晓彤相信自己年轻貌美，这个世界都等着她去征服，却被骗财骗色。毛毛不停地谋求创业发达，不知道是匆忙创业来不及顾忌感情，还是为了逃避感情才匆匆忙忙。三个女人是好朋友，生活态度却各有不同，她们将如何度过她们生命中的难关……

影迷心声

本以为是一部喜剧，没想到还承载了反映香港回归十周年的大主题。梁咏琪在片中的表现，我觉得是她所有片子至今最好的。

——麦子



《江南爱情故事》

The Destiny

可悲不可怜，可叹不可惜

编剧||卢冬红

导演||任鹏

主演||沈秋雨 沈涛 王欢 呼延晓辉

制片国家/地区||中国大陆

影片类型||爱情 战争

上映日期||2014年

编者手记

故事发生在抗战初期的江南古镇，此时的日寇已侵占华北一路南下，经父母之命、媒妁之言，年轻女子雨莲嫁到殷家。进门当天，素未谋面的夫婿殷明轩逃婚参加了抗日游击队，殷家颜面大失，急中生智的殷家决定让弟弟明皓代兄拜堂，总算暂时遮掩过去。随着战事推移，战火很快烧到了江南，明皓与雨莲的婚姻也像此时的时局一样经受着残酷的考验。噩耗传来，明皓在战争中阵亡，全家陷入悲痛之中，悲伤过后，明皓与雨莲的心渐渐靠拢在一起……

影迷心声

稳重端庄，做好自己该做的，做个那样内心似水一般静静的女子。

——FF

《神通佛影》

The Buddha's Shadow

将爱心向善观音道来

编剧 | 郑阳
导演 | 郑阳
主演 | 罗家英 梁小龙 姜超
制片国家/地区 | 中国大陆
影片类型 | 喜剧 动作 冒险
上映日期 | 2014年

编者手记

古董贩子范高尚为了巨额利益决定盗窃阿闍佛佛头。他手下的打手头目刘宝和范高尚的徒弟古三在一个夜晚行动成功，盗取了佛头。古三为给奶奶筹措医药费私自把佛头卖给了冒充文物专家的孙明贤，这一行为引来了范高尚的报复。古三多次救助遭人追杀的青年画家莲儿，两人因艺术渐生情愫。阿闍佛佛头几经辗转在海外市场拍卖，莲儿父亲为和女儿相认，不惜重金拍下佛头，并带回济南。得知这一消息的范高尚又开始了蓄谋……

影迷心声

关于佛教故事的电影还挺不错的一个，通俗、朴实又耐人寻味，还有搞笑，没有那么多浮华。

——北芳



播出时间 | 2015年4月24日(周五) 约 18:20《动作 90分》



播出时间 | 2015年4月26日(周日) 约 18:20《周日点播》

《血滴子》

The Guillotines

为这天地，谁能释怀

编剧 | 林爱华 陈嘉仪 许月珍
导演 | 刘伟强
主演 | 黄晓明 阮经天 李宇春 余文乐
制片国家/地区 | 中国大陆 中国香港
影片类型 | 动作 武侠 古装
上映日期 | 2014年

编者手记

雍正正在位期间创立杀手组织——血滴子，专门执行朝廷秘令，诛杀异己，其暗器专取人首级。在统帅龚额指挥下，队长冷率领军陈泰、胡图、穆森、十三、布呼等人配合默契从未失手。边境处，天狼建立的牧人帮多次密谋反清，声势日渐壮大深得民心，乾隆授命血滴子将其擒杀。众人成功擒拿天狼，却在通往刑场的路上遭遇牧人帮埋伏。危急关头，穆森被天狼挟持，而血滴子也生擒了天狼的部下白兰，成功脱身的天狼逃往根据地武关镇……

影迷心声

两场戏看的心重。第一场是血滴子众人寻救穆森，水边送别嬉戏，天真烂漫之态。第二场是冷和穆森在天父的世外桃源中，满目皆喜乐，众人都是无路可走之后得到栖息和新生。

——唯一



播出时间 | 2015年4月3日(周五)约22:00《环球影院》

《安德的游戏》

Ender's Game

战争游戏

编剧 | 加文·胡德 奥森·斯科特·卡德

导演 | 加文·胡德

主演 | 阿萨·巴特菲尔德 哈里森·福特 海莉·斯坦菲尔德

制片国家/地区 | 美国

影片类型 | 动作 科幻 冒险

上映日期 | 2014年

编者手记

并不遥远的未来，来自外星球的虫族入侵地球，造成超过一千万人死亡。危难时刻，勇敢的队长瑞克汉姆暂时阻挡了侵略者扩张的步伐。利用这宝贵的时间，地球人开始寻找具有极高天赋的少年加以训练培养，期望他们能够成为挫败外星入侵者的领袖人物。身形瘦小、神色忧郁但目光无比坚定的安德·维京正是这群少年中的一员，经过数轮严苛的考评，安德的潜质得到战斗学校指挥官格拉夫上校的肯定，他被上校带到了位于轨道空间站上的战斗学校，在全封闭的环境下，未来的英雄迎来新一轮的磨练……

影迷心声

电影真实再现了原著，带给观影者震撼、愤怒、感动、思索等视觉和情感上的体验。

——Hawi

《我的名字叫可汗》

My Name Is Khan

宗教与信仰

编剧 | 施巴尼·巴提夏

导演 | 卡伦·乔哈尔

主演 | 沙鲁克·汗 卡卓儿 肖恩·哈珀

制片国家/地区 | 印度

影片类型 | 爱情 剧情

上映日期 | 2010年

编者手记

信奉伊斯兰教的里兹瓦·罕从小患有阿斯伯格综合症，母亲去世后，他追随弟弟扎克尔的脚步，从印度孟买移民到美国旧金山。里兹瓦在帮弟弟的化妆品公司推销美容产品时认识了经营发廊的单身母亲曼迪娅，他不顾弟弟的反对执意与印度教的曼迪娅结为夫妇，一家人和谐美满。9.11恐怖袭击的发生使美国国内掀起了反对、歧视穆斯林教徒的风潮，里兹瓦与曼迪娅的发廊被迫关张，而曼迪娅的独子山姆更是在一场由种族歧视引发的少年争斗中意外身亡。悲痛的曼迪娅将责任归咎于里兹瓦的穆斯林姓氏“罕”上……

影迷心声

无论从任何角度来说，这都是我看过的最好看的电影之一。

——汪拾叁

印度的阿甘 美国的正传
今年冬天，见证激动人心的无比勇气，天地动容的真挚爱情



我的名字叫可汗

11月30日 真情上映

编剧 | 施巴尼·巴提夏

导演 | 卡伦·乔哈尔

主演 | 沙鲁克·汗 卡卓儿 肖恩·哈珀

制片国家/地区 | 印度

影片类型 | 爱情 剧情

上映日期 | 2010年

播出时间 | 2015年4月4日(周六)约22:00《舒化佳片有约》

Das Leben ist ein Picknick.

YOGI BÄR



播出时间 || 2015年4月11日(周六) 约 09:35 (少儿影院)

《瑜伽熊》

Yogi Bear
齐心协力面对一切

编剧 || 约书亚·斯特宁 杰弗里·文德米利亚
导演 || 埃里克·布雷维格
主演 || 安娜·法瑞丝 丹·艾克罗伊德 贾斯汀·汀布莱克
制片国家/地区 || 美国 新西兰
影片类型 || 喜剧 动画 家庭 冒险
上映日期 || 2010年

编者手记

瑜伽熊和波波熊是杰利石公园的人气动物，在风景怡人的杰利石公园里与众多动物小伙伴们一起生活，并为公园效力。然而，时光荏苒，如今的杰利石公园正面临游客锐减的问题，与此同时，贪婪的布朗市长为了筹集资金填补赤字和为己所用，竟决定关闭杰利石公园，并出售土地。面对市长的阴谋和伙伴们的生存问题，瑜伽熊和波波熊决定联合起善良的瑞秋，一同拯救公园。他们开始想尽办法吸引游客，恢复业绩，然而，事情却并非预想中的那么简单。

影迷心声

影片诙谐幽默，轻松活泼！在开心之余，还有浓浓的感动！

——CHY

《摩纳哥王妃》

Grace of Monaco
为爱璀璨

编剧 || 阿拉什·阿梅尔
导演 || 奥利维耶·达昂
主演 || 妮可·基德曼 帕兹·维嘉 米洛·文堤米利亚
制片国家/地区 || 法国 美国
影片类型 || 剧情 爱情 传记
上映日期 || 2014年

编者手记

格蕾丝结婚六年，她的一颦一笑已经成为20世纪王妃的经典影像，但此时，她正在力图使自己的过去与现在和解。她渴望重返大银幕，却因已身为两个孩子的母亲、欧洲公国的王妃、雷尼尔三世的妻子，而踌躇不前。丈夫雷尼尔的现代化改革措施遭到了法国总统戴高乐的抵制，戴高乐要对摩纳哥课以重税，逐渐膨胀的国际性危机和法国迫近的入侵脚步，不仅是格蕾丝家庭、婚姻、国家的危机，也是她个人生活的危机。这时，一个远离美国家乡的银幕明星不得不做出艰难决定。

影迷心声

影片拍摄手法娴熟，故事情节细腻、饱满，是很值得看的一部电影。

——LENZ



播出时间 | 2015年4月11日(周六) 约 22:00 (舒化佳片有约)

MOVIE FACTORY LINK

片场链接

▶ 周五《动作90分》约18:20播出

4月03日《老男孩猛龙过江》
4月10日《忠烈杨家将》
4月17日《痞子英雄之全面开战》
4月24日《神通佛影》

▶ 周五《环球影院》约22:00播出

4月03日《安德的游戏》(美国)
4月10日《奥林匹斯的陷落》(美国)
4月17日《浪人》(美国)
4月24日《蜂鸟特攻》(美国)

▶ 周六《少儿影院》约07:45播出

4月04日《太空熊猫历险记》
4月11日《葫芦兄弟》
4月18日《宝莲灯》
4月25日《大唐风云》

▶ 周日《少儿影院》约07:45播出

4月05日《兔子镇的火狐堡》
4月12日《黑猫警长》
4月19日《大雨天官》
4月26日《少年岳飞传奇》

▶ 周六《少儿影院》约09:35播出

4月04日《丛林大反攻》(美国)
4月11日《瑜伽熊》(美国)
4月18日《塔拉星球之战》(美国)
4月25日《忆世界大冒险》(中国台湾)

▶ 周日《少儿影院》约09:35播出

4月05日《丛林大反攻2》(美国)
4月12日《世界之战:歌利亚》(马来西亚)
4月19日《魔术师》(法国)
4月26日《叽哩咕历险记》(法国)

▶ 周六《影人1+1》约14:00+15:40播出

4月04日 周杰伦:《刺陵》+《逆战》
4月18日 赵薇:《情人结》+《画皮》

▶ 周六《周末影院》约18:20播出

4月04日《画皮》
4月11日《渡江!渡江!》
4月18日《女人本色》
4月25日《六福喜事》

▶ 周六《舒化佳片有约》约22:00播出

4月04日《我的名字叫可汗》(印度)
4月11日《摩纳哥王妃》(法国)
4月18日《飞行家》(美国)
4月25日《花心大少》(美国)

▶ 周日《周日点播》约18:20播出

4月05日《秋喜》
4月12日《白蛇传说》
4月19日《新警察故事》
4月26日《血滴子》

▶ 周日《周日点播》20:15播出

4月05日《反贪风暴》
4月12日《校花与男神》(01)
4月19日《校花与男神》(02)
4月26日《校花与男神》(03)

▶ 周日《周日点播》约22:00播出

4月05日《替枪老豆》(中国香港)
4月12日《X陌陌》(中国香港)
4月19日《龙之争霸》(中国香港)
4月26日《癫风狂龙》(中国香港)

TRANSMARINE THEATER 海外剧场

周一 约14:00播出

4月06日《孩子不坏》(新加坡)
4月13日《恋爱小说》(韩国)
4月20日《偶像先生》(韩国)
4月27日《叛柳渡血记》(美国)

周一 约22:00播出

4月06日《铁娘子:坚固柔情》(英国)
4月13日《飞越黄昏》(中国香港)
4月20日《水性杨花》(英国)
4月27日《爱》(法国)

周二 约14:00播出

4月07日《大通缉令》(中国台湾)
4月14日《吉林的月光》(中国台湾)
4月21日《幸福小公园》(中国台湾)
4月28日《斗茶》(中国台湾)

周二 约22:00播出

4月07日《城市别动队》(美国)
4月14日《永无止境》(美国)
4月21日《惊天魔盗团》(美国)
4月28日《三个火枪手》(法国 德国)

周三 约14:00播出

4月01日《玉面侠》(中国香港)
4月08日《夺魂铃》(中国香港)
4月15日《江湖密令》(中国香港)
4月22日《抢钱夫妻》(中国香港)
4月29日《十二金钱镖》(中国香港)

周三 约22:00播出

4月01日《黑夜传说》(美国)
4月08日《偷冰大盗》(韩国)
4月15日《狭路相逢》(美国)
4月22日《音画诊所》(韩国)
4月29日《英雄》(德国)

周四 约14:00播出

4月02日《新闻制造者》(俄罗斯)
4月09日《晚秋》(韩国)
4月16日《保镖》(印度)
4月23日《蜜月鬼屋》(德国)
4月30日《间谍》(俄罗斯)

周四 约22:00播出

4月02日《卷宗疑云》(德国)
4月09日《铁血精英》(澳大利亚)
4月16日《柏林危机》(德国)
4月23日《家有凶徒》(美国)
4月30日《百里挑一》(韩国)

周五 约14:00播出

4月03日《夺标》(中国香港)
4月10日《生死门》(中国香港)
4月17日《神剑七式》(中国香港)
4月24日《猛龙过江》(中国香港)

资讯

INFORMATION

央视春节成绩单：多频道收视率上涨

据央视索福瑞媒介研究有限公司(CSM)全国测量仪数据显示,2015年春节,中央电视台的收视不仅比春节前要高,也比去年同期高出一截。央视收视份额远远超过32卫视组,在全国上星频道收视份额前十名中,中央电视台占7席,CCTV-1收视份额达6.68%,排名第一。

春节期间,央视综艺收视全线大涨,全国20强中独占15席。数据显示,CCTV-3收视份额为5.57%,比去年同期增长18.61%。在上星频道播出的综艺节目中,中央电视台有15档节目进入收视前二十名。其中,3档节目进入收视前五名。CCTV-1《星光大道》在所有上星频道播出的综艺节目中排名第一,收视率为2.93%,收视份额为9.12%;CCTV-3《回声嘹亮》排名第三,收视率为2.22%,收视份额为5.95%。另外,CCTV-4在今年春节期间有较大突破,平均收视份额迈上3%的台阶,比2014年提升0.68个百分点,创2010年以来频道春节编排收视最好成绩。

2015年1月,电视软广告曝光指数上涨,《来吧!灰姑娘》位列前十

内容营销已成当下趋势,植入式广告宣传得到众多品牌客户的青睐。因其将品牌、产品合理地融入栏目中,在节目的播出过程中潜移默化地将品牌形象印在了受众脑海里。

从软广告曝光市场来看,2015年位于指数榜首的综艺节目是东方卫视的《与星共舞》,最高指数为3.379%。电影频道的《来吧!灰姑娘》挤进前十位,位列第九,时长曝光指数为1.015%。

无论从频次还是从时长上看,饮料、化妆品/浴室用品和食品行业均是软广告植入投放的前三名,可见快消品行业的植入力度是非常大的。

电影娱乐衍生产业开拓新模式

2015年2月份,全国票房总额破40亿,首次超过美国。单月超过美国当然值得庆祝,但以为中国电影市场可以全面碾压美国是很不明智的。因为,票房只是美国电影产业构成中很小的一个部分,衍生品收入才是其电影产业收入的龙头所在。

在美国,票房收入占据电影总收入的30%,衍生品的收入高达电影总收入的70%;而在国内,衍生品的收入跟票房相比甚至可以忽略不计。目前,国内电影衍生品开发基本处于萌芽状态,虽然每部电影都有所谓的电影衍生品,但它们大多是配合电影宣传活动的工具。

票房提高和居民观影习惯的形成促进衍生品产业向成熟化发展,互联网与电子商务的发展也为其提供了良好的平台和契机。作为电影产业链条中不可或缺的一个环节,电影娱乐衍生产业也迎来了新的发展良机。





电影频道综艺大戏

校花与学神

Beauty & Best

4月开启“斗智斗勇”新征程

智力问答VS真人秀，电影频道开启益智类综艺节目新模式。

最美校花+最强学神，最牛搭档还是最强对手？

4月12日起每周日晚20:15 电影频道大型益智类真人秀综艺节目《校花与学神》期待您的关注！

