

UA（娛藝）院線及環藝院線，近年便加插播放電影以外的功能

資料圖片

全球電影院近10年邁向數碼化發展，為觀眾帶來高解像度及逼真的三維(3D)效果

資料圖片

## 租金限制香港戲院發展

在香港這個彈丸之地，擁有45間戲院、超過3.7萬個座，以180塊銀幕計算，即每4萬名港人分享一塊銀幕。從數字看來，似乎香港電影院市場仍大有可為，不過面對租金、地段的限制，令本港電影院的拓展空間有限，亦是港資企業紛紛北望神州的誘因。

立基集團在1985年創立UA（娛藝）院線，把美式綜合影院的概念引進本港。在上世紀80至90年代電影高峰全盛期，大部分屬於單廳影院，座位相對多廳影院為多，隨着社會發展，不少舊式影院已被淘汰。

「香港（電影院）仍然有得做，但未必有大增長。」立基執行董事兼營運總裁王兼揚直言，樓價飛升導致業主不肯騰出較大地方，租予影院營運商，要找到合適租金及地點興建新影院，難度甚高。他認為，隨着零售市道增長理想，特別是奢侈消費品牌，進一步推高租金回報率，對於動輒需要數十萬呎的電影院，成本龐大。

至於在本港經營6間電影院的橙天嘉禾（01132），早已調撥大部分資源發展內地市場。執行董事兼首席执行官毛義民直言，香港市場面臨飽和問題，票房收入亦相對穩定，雖然每年仍有一定盈利，但增長空間已越來越少。

橙天嘉禾前身為由「影壇大亨」鄧文樞成立的嘉禾，以香港為基地，為分散投資，集團早在1992年與澳洲Village Roadshow合作，在新加坡開影城，2005年又透過收購華納威秀，進軍台灣市場。

毛義民表示，集團早已了解到香港市場發展的困局，故拓展新加坡、台灣及東南亞市場，成為當地最大的領頭羊，其中佔新加坡市場份額高達45%至50%。他提到，除了發展內地影院業務，集團今年將繼續在新加坡及台灣開設新影院，亦會研究在亞洲地區收購電影院線，一切計劃要視乎權衡集團整體財務狀況而定。

除了租金限制影院發展，票房的走勢亦局限電影院的利潤。根據香港電影協會最近公布，2011年香港電影全年總票房13.9億元，按年平穩增近4%，雖然是近3年最高收入，但內地過去5年的電影票房收入以20%至40%增幅，遠遠超越香港。

## 電影院不再只看電影

一個闊大的銀幕、一張舒適的座椅，已不能滿足高要求的觀眾，全球電影院近10年邁向數碼化發展，為觀眾帶來高解像度及逼真的三維（3D）效果。根據德州儀器DLP統計，內地有超過7700個採用DLP影院技術的銀幕，佔區內所有數碼影院數量約60%，預計2013年底前所有商業影院將完成數碼化。

傳統電影院局限於放映電影，隨着電影數碼化，在網絡傳送技術支持下，電影院亦可直播外國盛事，例如足球、網球賽事甚至是演唱會等「另類節目」，為影院開拓新的商業模式。立基控股旗下UA（娛藝）院線及環藝院線，近年便加插播放電影以外的功能，例如以數碼高清播放大型音樂劇《歌聲魅影：25周年現場版》。

立基執行董事兼營運總裁王兼揚指出，以往電影院以膠片拷貝播放，難以做到高清及直播效果，在現今電影院數碼化的年代，已不再單單是「入戲院睇戲」，而是為全新的觀眾群提供更多綜合性的活動。

當然，電影院由膠片拷貝過渡至數碼放映，需要增加投資成本之餘，單靠票房收入難以取勝。星美國際（00198）去年底推出「星美匯」互動商城網購業務，於旗下電影院內開設精品店。執行董事鄭吉崇表示，以往「7-11便利店」只售賣飲品、口香糖及報紙等，現提供繳費、充電等服務，為資源增值。



# 內地電影業嚴防「炒樓」化

國家「十二·五」規劃致力提升文化產業的競爭力，把內地電影工業搖身一變成為經濟支柱產業，因此不少港資公司通過EPA早着先機，北上投資興建電影院，去年內地影院票房突破100億元（人民幣，下同），更見群雄逐鹿之勢。雖說與其他國家相比，現今內地電影院未能滿足中國13億人口，但有電影工作者擔心影院投資潮的泡沫，更有同業形容這輪投資潮儼如「炒樓」，一窩蜂盲目投資，只會落得泡沫爆破的田地。

本報記者 李潔儀

自從2006年內地與香港簽訂CEPA增補協議，容許港資公司以獨資形式投資電影院，配合十七屆六中全會吹響深化文化體制改革的號角，更多港資公司湧入市場，由「星爺」周星馳掌控的比高集團（08220）夥拍中國電影集團，進軍內地市場，科網巨頭騰訊（00700）更透過入股文化中國（01060），借道開拓內地電影市道。

### 票房邁向「千億時代」

中國電影院去年票房收入約130億元，設有超過8500塊銀幕，以美國3億人口有6萬塊銀幕推算，中國13億人口便應該有美國銀幕的3至4倍。業界估計，中國市場最少要有8萬塊銀幕，未來10年票房逐步邁向「千億時代」。這邊廂電影院資源貧乏，那邊廂票房高速增长，造就整個行業賺錢的機會。

比高電影院管理首席执行官印鋼形容，投資電影行業就如炒賣房子一樣，成為近年的投資熱點，不過相信整個行業離飽和點尚有大大段距離，預期除了8間港資企業投資內地電影院市場，相信仍有很多港資公司陸續加入。

近年內地電影院「圈地運動」在二、三線城市擴散，無論是中影、華誼兄弟、保利博納等「正牌軍」，還是安樂影片旗下百老匯電影中心、藝人成龍旗下的北京耀萊國際等「搶灘軍」，甚至是萬達、大地等來自其他行業的「雜牌軍」，均蜂擁而上分一杯羹。

橙天嘉禾（01132）2010年在內地只有9家電影院，2011年增至31家，預期今年擴展到50至60家。集團執行董事兼首席执行官毛義民指出，電影院市場發展迅速，其他主要競爭對手亦加快發展搶攻市場佔有率。他認為，中國電影行業才剛起步，暫時未見泡沫存在。

此外，藝人兼電影導演曾志偉認為，發展院線已成為氣



▲王兼揚表示，內地並無實行「電影評級制」，或會影響到片種多元化的發展

本報攝



▲毛義民指出，內地電影院市場發展迅速，其他競爭對手亦加快發展搶攻市場佔有率

本報攝



▲鄭吉崇表示，電影院需要資源增值，提供服務儼如「便利店」

本報攝

### 電影工業股

（單位：港元）

| 股份             | 上周五收市價 | 市值     |
|----------------|--------|--------|
| 星美國際 (00198)   | 0.227  | 18.39億 |
| 橙天嘉禾 (01132)   | 0.275  | 7.38億  |
| 美亞娛樂 (00391)   | 0.106  | 5.97億  |
| 環球數碼創意 (08271) | 0.24   | 3.64億  |
| 比高集團 (08220)   | 0.074  | 2.28億  |
| 中國3D數碼 (08078) | 0.185  | 6430萬  |

### 港資北上慎思優勢

一個值得深究的問題：港資公司北上拓展影城市場，是否有一定優勢？香港電影工作者總會會長、UME影城創辦人吳思遠曾表示，在內地經營電影院「很難做」，因為電影院數目急促膨脹令市場競爭白熱化，加上面對租金、工資上漲壓力，倘若港資公司未能了解市場實際情況，且缺乏人脈關係，要成功躋身內地市場甚具難度，更直言內地電影院過度的投資，將導致行業泡沫爆破。

### 任何題材也可賣錢

事實上，電影院的票房收入與電影質素相關，曾志偉直言，電影質素確存在良莠不齊的現象，缺少類似台灣《那些年》及內地《暗戀33天》等中型電影。他續分析說，上世紀80年代內地及香港的電影亦不算超大型製作，亦足以證明任何題材也可賣錢。

早年的電影盜版問題，無不為電影製作、發行及放映方感到「頭痕」，影響整個產業鏈的利潤。曾志偉表示，以往的盜版問題源於觀眾入場看戲的經濟能力有限，現時盜版問題已大有改善。

儘管電影盜版問題逐步解決，不過內地的片種仍受到一定限制。娛藝院線（UA）母公司立基控股執行董事兼營運總裁王兼揚表示，內地並無實行「電影評級制」，所有片種必須經由相關部門決定，且要老少咸宜，這或會影響到片種多元化的發展。

### 港資企業在內地投資院線

| 名稱               | 電影院數目        | 影廳數目 | 首家開業時間   |
|------------------|--------------|------|----------|
| 環藝娛樂 (環藝影城)      | 3            | 18   | 1996年    |
| 百老匯電影中心 (安樂影片)   | 17           | 57   | 1999年12月 |
| 上海思遠影視文化 (UME影城) | 14           | 149  | 2002年    |
| 橙天嘉禾             | 21           | 165  | 2004年12月 |
| 洲立影藝             | 2            | 10   | 2006年8月  |
| 廣東大地影院           | 108家直營／47家加盟 | 約400 | 2006年9月  |
| 北京耀萊國際           | 4            | 39   | 2010年2月  |
| 比高電影院管理          | 6            | 42   | 2011年5月  |

截至2011年12月31日止



▲印鋼相信電影行業離飽和點尚有大段距離

本報攝



▲曾志偉直言，電影並不是只有超大型製作才可以賣錢

資料圖片

## 內地票房收益潛力強

自從導演張藝謀拍攝商業大片《英雄》，中國電影業在2003年開始進入產業化的進程，經歷過去8年的改革，中宣部及廣電總局等監管部門推出一系列政策，市場逐步向民營及外資企業開放，構建出較完善的市場機制，加上人均GDP增長，直接拉動電影的票房收益。

內地宏源證券報告認為，在全球各主要市場中，中國電影市場的擴容速度最快，自2005年至今，每年平均票房增長達44.4%，跑贏其他發達國家，相信除了電影產業進程加快，中國擁有較大的基數人口，以及相對較小的票房規模亦是原因之一。

按照中國2009年實際人均GPD約3749美元計算，潛在的人均票房應為0.92美元，較當年實際人均票房高近36%。該行相信，潛在與實際化人均票房差距大，主要與影院覆蓋不均衡，以及消費結構未完善發展有關。隨着內地人均GPD不斷提升，票房仍有較大的增長空間，保守估計到2015年全國總票房規模將達234億元人民幣，複合年增長率達18.7%。

另一個刺激票房收入的因素，在於現時人均觀看電影的次數相對較低，不乏增長空間。根據研究機構Sreen Digest資料顯示，中國主流市場（涉及200個城市、覆蓋2.5億人口）人均觀影次數為0.51次，較發達國家相差5至9倍，例如美國人次觀影3.9次，法國達3.3次。