

阿里影业打造新基础设施 2.0，启动“三个 100 计划”助力影院

4月17日，第九届北京电影节系列活动、由阿里影业主办的“新影院·新宣发·新势能”新基础设施论坛在北京举行。阿里影业宣布对旗下的两项重要行业基础设施升级，即影院数字化经营管理开放平台凤凰云智，和一站式数字化宣发平台灯塔。阿里影业在新财年打造推出“新基础设施 2.0”，旨在进一步贯通影视行业投资、制作到宣发、放映和衍生品的全产业链，为中国影视产业的升级和转型提供有力支撑。



阿里影业高级副总裁、淘票票总裁李捷在现场表示，借助阿里巴巴的技术优势，阿里影业正加速推进影视产业的数字化，完善新基础设施，赋能影视行业的各个环节。此次凤凰云智和灯塔完成的升级，将对影院和宣发的服务水平进行大幅提升。

据介绍，依照影视制作的链条，在创作、投资、制作、宣传、发行、放映和衍生品的各环节上，阿里影业已分别推出了娱乐宝、制片管理、灯塔、淘票票、凤凰云智和阿里鱼等各产品平台，完成了从上游内容生产——互联网整合营销——IP 商业化综合开发等三大基础设施模块的布局，贯通了影视生产的全产业链。



北京市广播电视局副巡视员、北京国际电影节组委会副秘书长董明，中国电影资料馆馆长孙向辉，北京电视台北京国际电影节运行中心副主任、北京国际电影节组委会办公室执行副主任崔岩，国家电影事业发展专项资金管理委员会办公室处长何昊，国家电影事业发展专项资金管理委员会办公室处长乔彦宏等人出席论坛。

阿里影业当天宣布正式启动针对影院的三个“100计划”——凤凰云智将面向全国影院落地100个超级样板间、100个无人超市，以及100个无人货柜等，帮助影院探索商业模式，也为用户创造全新的消费场景。



图说：中影南方电影新干线有限公司总经理张海燕，峨影 1958 电影城投资有限公司总经理彭瑾，苏宁影城公司总裁郭良，光美文化有限公司郭红萍等多家影院代表见证了凤凰云智三个 100 计划的启动。

凤凰云智是阿里影业旗下的影院数字化经营管理开放平台，其面向影院端，用新技术、新零售的手段打造了一整套云化智能解决方案，用创新场景为影院探索新的商业模式，增加非票收入。针对影院运营成本日益提高，收入结构单一的行业痛点，凤凰云智引入新零售场景后，影院营收模式将向多元化拓展，收入结构将更加合理、平衡。

凤凰云智业务总经理何弭表示，云智上线两周年来，凤凰云智签约影院达到 1160 家以上，连同另一套影院系统凤凰佳影一起，阿里影业的影院管理平台已累计覆盖影院 3200+，市场占有率为全行业第一，其中，云售票系统占比第一，增长速度达 500%。



2017年7月上线以来，凤凰云智规范了影院数据管理中的问题，为影院降低成本、提升效率。何弭表示，作为国内最大的纯云化影院营销管理系统，凤凰云智将运用人工智能手段，用分区定价、动态调价、插值排片等工具来推动影院管理运营的智能化改造，同时进一步为影院落地新零售场景。

以天猫样板间为例，2018年凤凰云智推动家居品牌进驻影院，在100天内累计在线下曝光500万人次，促成交易额达4000万元，盘活了影院的场景资源。未来，凤凰云智将对系统内影院进行新零售改造，将多项阿里巴巴体系内资源落地影院，如天猫样板间、无人超市、零售通无人货柜、淘宝心选以及阿里鱼等，以生态和大数据为驱动，重构影院场景的人、货、场。“未来，凤凰云智将不再仅仅是影院平台，我们希望云智能能够进入影院商家的方方面面，在用户在三公里刚需娱乐消费中获得独特体验，让用户更爱电影院。”

天猫超级样板间试点 数据与背后的故事

10大
家居品牌

3大
江浙沪核心区域

100天
持续

500万
线下曝光
人次

22万
超级样板间
线下到店人次

8,000万
传播曝光
人次

40,000,000 元
促进触达人群交易额超

350,000 次
8品牌沙发共被坐超

20,000 分钟
2品牌床垫体验近



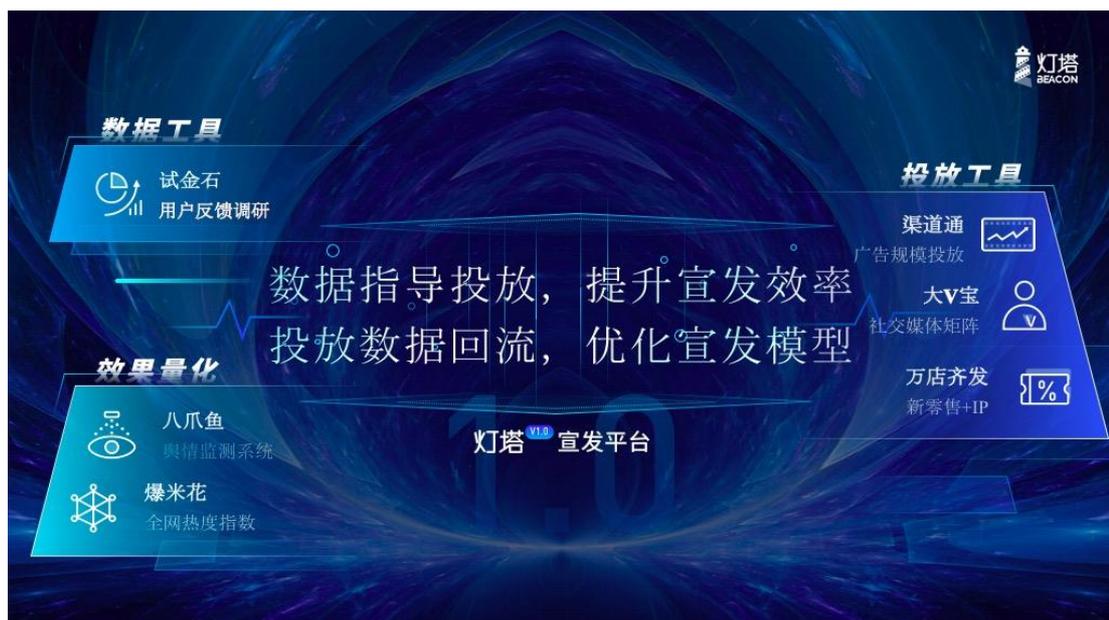
凤凰云智合作伙伴、苏宁影业公司总裁郭良现场站台。他说，在试用一段时间的凤凰云智之后，发现凤凰云智系统在降低成本、提高效率等方面，都十分突出。因此，苏宁果断地在春节之前将全国苏宁影城的影管系统切换为凤凰云智。使用凤凰云智后，影院的运营成本降低了70%，在安全、稳定方面，云智在今年春节档也显示出了优秀性能，同时，云智的线上操作也令人惊艳。“一部手机，一部 Ipad，就能实现影院的动态管控。”郭良说。

灯塔是阿里影业在2018年北影节推出的一站式数字宣发平台。灯塔业务总经理袁娟介绍道，自去年4月上线一周年以来，灯塔发展迅速，在S2增长率达157%。在纵向上，灯塔深耕电影这一核心品类，横向则将服务范围扩展至综艺、剧集、演出等文娱领域。围绕着宣发可视化和多渠道资源打通，灯塔走出了一条科学的宣发路径。成立以来，灯塔共计开通企业账号189个，连接用户规模6.5亿，触达点映用户达7500万，服务项目162个，帮助片方累计实现票房达317亿元。《我不是药神》《西虹市首富》《无双》《流浪地球》《绿皮书》等爆款头部影片都有使用灯塔的服务。



据悉，2019年，灯塔将继续以目标可视化、效果可量化为目标，对其宣发工具升级，强化“想看指数”和“预告片指数”等新数据维度，通过影映前热度保证首日票房安全，对预告片进行评估从而优化推广；同时，在内容评估领域持续打造“双子试映会”和“八爪鱼”等工具，对用户评估和口碑管理进行更精准化的梳理。这些功能的开发和完善，将进一步提升数字化营销的效率，让天下没有难做的宣发。灯塔将推出线上移动版行业知识手册——“灯塔小橘书”，为片方及宣发的工作人员提供方便。

灯塔全程服务的首位客户、追光动画联合创始人于洲表示，由于每一部电影的创作周期都非常长，创作者非常希望了解观众是谁，观众的喜好，数字化的研究报告就显得十分重要。灯塔为《白蛇：缘起》举行的试映会，为电影的剧情、片名、宣发方式等，提供了非常多的帮助。在宣发过程中，灯塔的大V宝、渠道通和灯塔专业版也为电影助力良多。



在凤凰云智、灯塔以及其他阿里影业新基础设施的底层，是阿里巴巴强大的数据和技术支撑能力。凤凰云智及灯塔 CTO 郭健向现场听众展示了灯塔和云智平台的背后，其实是阿里达摩院、阿里云计算、阿里云 IOT 等。未来，阿里的技术优势，也将为阿里大文娱的宣发、技术和内容领域的大协同提供有力支撑。

在北京国际电影节的北京展映单元，淘票票作为合作伙伴和独家线上售票平台，为电影节作出了极大贡献。北京市广播电视局副巡视员、北京国际电影节组委会副秘书长董明表示，双方已正式签署了 2019-2022 年的三年合作意向。希望看到淘票票将继续为用户提供更多优质的观影内容，以及更为舒适的观影体验。

李捷现场宣布，阿里文娱将成立针对电影青年人才的“薪火计划”。“中国的电影从来都是薪火传承，互相支援的。我们希望“薪火计划”能够帮助中国电影行业扶植更多面向未来的电影人才。”

当天，坏猴子影业 CEO、电影制片人王易冰，华纳兄弟影业副总裁孙梃，华谊兄弟电影有限公司副总经理、华影天下（天津）电影发行有限责任公司董事总经理、华谊兄弟影院投资有限公司总经理刘歌，追光动画联合创始人于洲，IMS 新媒体商业集团 WEIQ 业务线总经理邵磊，天猫超级样板间负责人乔丽枝等嘉宾出席了论坛。