

电影节目在频道中编排方式浅析

马超

与拉动电视收视的诸多大众类型节目相比，电影节目是一类专业程度较高、编排方式灵活、收视较为稳定的节目类型，在各级频道的节目播出中扮演着重要的角色。根据CSM媒介研究2013上半年上星频道在71城市的收视调查数据，电影类节目的收视比重为4%，在所有类型节目中排名第7位。但是，受到资源、版权等多种因素的影响，我国上星频道中只有少数以电影为主体的专业频道，就其编排而言，不同的频道对于电影节目的编排也表现出较为明显的差异，形成了自己的特色。本文从专业与非专业电影频道着手，分别举例说明电影在频道中的编排方式。

一、专业电影频道中电影节目编排

专业的电影频道拥有完善的电影技术设备，丰富的电影播出资源，电影占据每日播出节目的绝对主体，其编排方式往往受到假期、当下时事等因素的影响。

1、法定假日编排：紧跟电影院线，吸引观众回流

法定节假日，如五一、十一假期，专业的电影频道往往将一些新鲜热辣或从未登陆过电视荧屏的影片从影院屏幕搬到电视屏幕上。借助新片放映的余温以及影片不俗的票房和口碑，提升频道的收视水平，在到处“人满为患”的假期中吸引观众“打开电视看电影”。

以CCTV6电影频道的节假日编排为例，2013年十一黄金周，为满足不同收视人群个性化的收视需求，电影频道安排了一批在电影院线火得一塌糊涂的国产院线大片，如《致我们终将逝去的青春》、《小时代》、《中国合伙人》、《失恋33天》、《101次求婚》和《忠烈杨家将》等进行播映。

此外，《宫锁沉香》、《天机：富春山居图》、《不二神探》等几部从未在电视上播出过的最新院线大片也在假期登陆了CCTV6电影频道荧屏。其中，《宫锁沉香》被誉为电影版的

《宫》；《天机：富春山居图》在院线上映时引来各方热议、观点褒贬不一；悬疑动作喜剧电影《不二神探》则由“功夫皇帝”李连杰、“人气男星”文章领衔主演。还有打出“四金马、三影帝、零片酬”旗号的《厨子·戏子·痞子》、“快乐家族”等众多搞笑明星出演的黑色幽默《一路狂奔》、诙谐夸张的“黑帮”题材影片《给野兽献花》等精彩影片也可以在电影频道上寻觅到身影。同时电影频道还挑选了一批国产新片独家电视首播，包括在金鸡奖、台湾电影金马奖上获奖无数的青春励志片《逆光飞翔》、悬疑动作片《武侠》等（表1）。

表1 CCTV6电影频道2013年10月1-7日晚间节目编排

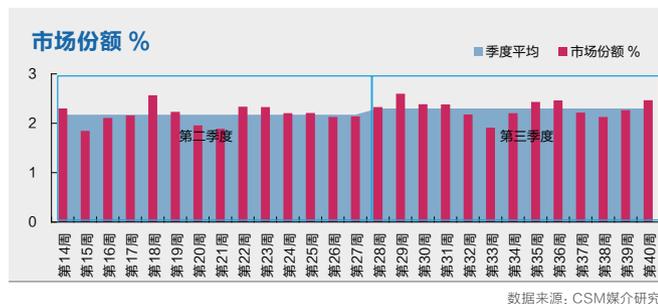
播出日期	节目名称	开始时间	节目类型
2013-10-01	国徽	19:00:00	剧情片
	拆弹英雄	20:48:41	剧情片
	穿普拉达的女王	22:33:12	爱情片、剧情片
2013-10-02	姚喆游击大青山	19:05:00	战争片
	中国合伙人	20:51:22	青春片、剧情片
	侏罗纪公园	22:56:28	科幻片
2013-10-03	宫锁沉香	19:00:00	爱情片、剧情片
	厨子·戏子·痞子	21:04:34	动作片、喜剧片
	侏罗纪公园2	23:07:13	科幻片
2013-10-04	古城会	19:05:00	剧情片
	天机-富春山居图	20:54:38	动作片、剧情片
	侏罗纪公园3	23:10:57	科幻片
2013-10-05	不二神探	19:00:00	动作片、喜剧片
	逆光飞翔	20:53:30	爱情片、剧情片
	蓝精灵	23:18:01	喜剧片、动画片
2013-10-06	一路狂奔	19:00:00	喜剧片
	给野兽献花	20:52:39	爱情片、剧情片
	通缉令	22:39:19	动作片、惊悚片、犯罪片
2013-10-07	小时代	19:00:00	爱情片、喜剧片、剧情片
	爱谁谁	21:11:35	爱情片
	宛如天堂	22:58:31	喜剧片、爱情片、奇幻片

2、特殊假日编排：经典、优秀推荐影片展播

针对寒暑假等特殊假日，因其特定的休假人群，电视中播出的电影也会出现针对性较强的编排。专业的电影频道往往推出“向青少年推荐优秀影片展播”，大量经典优秀中外影片集中放映。

仍以CCTV6电影频道的编排为例：2013年暑期，电影频道连续展播了100余部中外经典电影，打造荧幕“暑期档”。从分周收视走势来看，暑期电影频道平均市场份额较上一季度有所提升（图1）。

图1 CCTV6电影频道2013年第二、三季度分周市场份额走势



今年暑期（7月15日至8月31日），CCTV6电影频道每周一至周五早间9:40和周六日7:30各播一部影片，共45部推荐影片，其中既有《铁道游击队》、《城南旧事》、《宝葫芦的秘密》、《东京审判》等故事片，也包括《大闹天宫》、《兔侠传奇》、《宝莲灯》等优秀动画电影，还有纪录老一辈革命家政治生涯的《周恩来外交风云》、展现中华优秀传统文化的《圆明园》、全景还原四川汶川特大地震抗震救灾全过程，展现中国人民坚强信心和无私大爱的《人民至上》等。

此外，由于动作电影一直备受年轻观众青睐，电影频道特别安排了《一代宗师》、《大上海》、《叶问——终极一战》、《忠烈杨家将》等几部大成本优秀动作电影。值得注意的是，这几部影片虽然看似属于动作类型影片，但绝对不同以往拳拳到肉的简单厮杀，不是英雄迟暮，亦非故作深沉，而是动作片正从外在的好勇斗狠修炼到内在的儒雅淡然的必然过程。

3、非假日编排：打造电影节目带

专业类型电影频道平时节目安排往往会关注当下时事，或者选取某一类题材，打造电影播出节目带。例如建党、建军、国

庆等重大纪念日，时下流行的“青春”、“反腐”等热点话题。

建党90周年之际，CCTV6电影频道打造了“庆祝建党90周年优秀影片展播”及“庆祝建党90周年电视电影展播”两大系列影片播出带，奉献经典影片，庆祝党的生日。6月起至7月中旬，每天黄金时间19:35都安排一部庆祝建党90周年优秀影片播出，其中既有《开天辟地》、《走出西柏坡》、《第一书记》等新作，也包括《飞虎队谍战》、《解放石家庄》、《我的长征》、《谁主沉浮》、《建国大业》和《太行山上》等经典影片。与此同时，周一至周五每天10:20安排播出的中国电影传统经典影片，分为“光辉历程”、“党旗飘飘”、“红色经典”、“革命烽火”4个系列主题，为观众奉献《巍巍昆仑》、《八月一日》、《重庆谈判》、《风雨下钟山》、《焦裕禄》、《南昌起义》、《赵一曼》、《青春之歌》、《董存瑞》、《刑场上的婚礼》、《烈火中永生》、《可爱的中国》、《红色娘子军》、《冰山上的来客》等共30部影片。

针对当下流行的话题，电影节目的编排中也有所体现。十八大以后，“反腐倡廉”成为全国上下热议的话题，电影频道“反腐倡廉”主题影片展播也于7月1日至29日每周一第一轮播出，共播出10部反腐倡廉题材优秀影片，包括《生死抉择》、《信天游》、《暖秋》、《第一书记》等。

二、非专业电影频道中电影节目编排

非专业类型的电影频道，电影的播出比重很小，节目本身往往具有伴随性的特征。电影节目的编排往往贴近目标观众，为其同步播出的电视剧或其他栏目服务。

1、着力契合自身目标受众

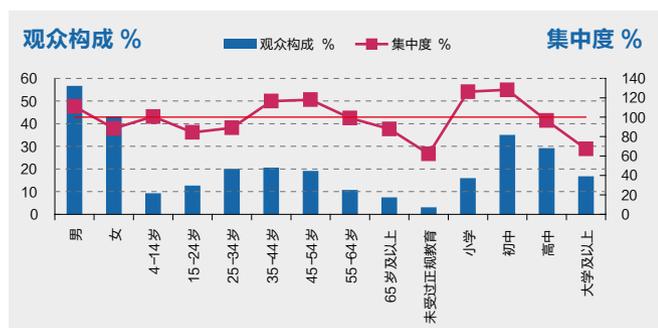
非专业电影频道由于缺乏广泛的节目资源，其选取的电影节目往往着力于与自身目标观众相契合。

以江苏卫视2013年10月份电影节目编排为例，江苏卫视每天上午连续播出的电影节目，多为喜剧、动作、爱情类影片，如周星驰《唐伯虎点秋香》、《武状元苏乞儿》、《功夫》、《百变金刚》、《韦小宝之古今奇缘》、《九品芝麻官》等无厘头喜剧片，《最强喜事》、《大笑江湖》、《龙凤店》等近年来较为优

秀的喜剧电影。同时针对不同的受众群，江苏卫视播出了男性观众较为青睐的武侠动作电影如《黄飞鸿铁鸡斗蜈蚣》、《大醉侠》、《武林圣火令》、《倚天屠龙记》、《五郎八卦棍》、《少林英雄榜》等影片和《我知女人心》、《都市恋情》、《跟我的前妻谈恋爱》等深受年轻观众喜爱的爱情题材影片。

从观众结构来看，男性，25-54岁中青年观众，初高中学历观众占据主体，这也与江苏卫视目标受众相符(图2)。

图2 2013年10月江苏卫视电影节目观众构成和集中度 (7:30-11:00, 71城市)



数据来源: CSM媒介研究

2、连锁营销, 打造同类型影视平台

影视剧的创作过程中, 经常会出现由于某一部电影走红从而拍摄同名或同类型电视剧的现象, 借助电影影响力, 趁热打铁。其实, 一部电视剧播出的同时, 往往也会播出同类型电影, 从而打造一个影视播出平台, 形成连锁营销, 拉动收视水平。

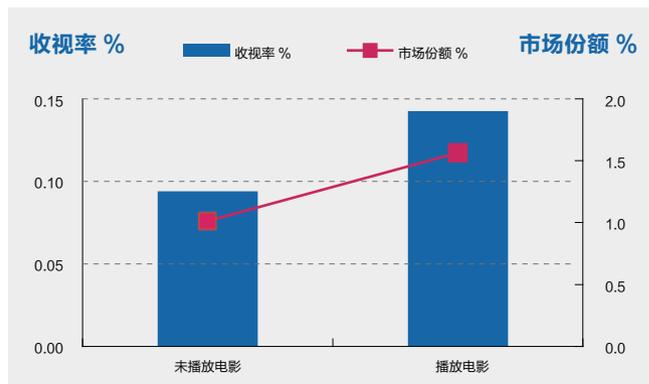
如电视剧《失恋三十天》自8月14日起在天津卫视晚间黄金时间段播出后, 又分别在25、26日两天同时段播出了电影版《失恋33天》和《将爱情进行到底》; 又如山东卫视在播出电视剧《唐山大地震》期间即播出了电影版《唐山大地震》, 从分天收视走势中可以看出, 影视平台的打造为频道获得了稳定的收视效果。

3、插空播出, 填补编排空白

电影的时长一般在100分钟左右, 相当于两集电视剧或一档综艺节目, 因此, 可以插空播出, 填补节目编排空白, 这一现象在后晚间时段表现较为明显。

例如北京卫视在晚间23:00后不定期播出电影节目, 播出题材较为多样, 如动作类的影片《十月围城》、《决战杀马镇》等; 警匪类的影片《窃听风云》、《枪王之王》等; 喜剧类的影片《财神客栈》、《大笑江湖》、《最强喜事》、《落叶归根》等; 同时也不乏洋溢人间真情的《桃姐》, 展现真挚爱情的《一路有你》。这些影片的播出, 使得频道同时段的收视率与市场份额都有较大幅度提升, 其对收视的拉动作用可见一斑(图3)。

图3 北京卫视晚间电影时段收视对比 (2013年1-10月, 23:00-1:00, 71城市)



数据来源: CSM媒介研究

结语

对于各级频道来讲, 电影节目的编排都需要从受众角度出发, 掌握好节目编排的节奏。无论是独立的电影节目还是频道的整体编排, 只有与时俱进, 制造注意力的兴奋点, 才能调动观众的注意力。电视频道中播出的电影节目, 已不再局限于老电影或者电视电影, 很多新鲜的院线大片被移植到电视屏幕中来, 这些影片的播出, 让很多由于各种原因没能第一时间在电影院观看影片的观众期待回到家中, 打开电视观看电影。随着互联网电视、3D技术的不断完善, 使得在家中的观影效果不逊于专业电影院。因此, 电视节目播出的电影要与时俱进, 力求播出精品、名品, 从而提升频道的品牌优势。 融程传媒