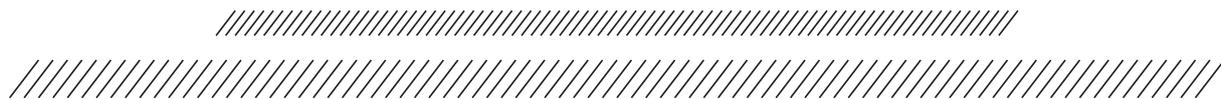


2018

中国点播影院、点播院线 行业发展白皮书



《家庭影院技术》杂志社 / 影音中国 主编

2018年3月

卷首语

2017年是点播影院/点播院线发展史上重要的一年，以国家新闻出版广电总局4月份发布《国家新闻出版广电总局关于规范点播影院、点播院线经营管理工作的通知》及6月份发布《点播影院、点播院线管理暂行规定（征求意见稿）》为分水岭，整个行业从过去盲目无序的高速发展，进入到按照规范要求调整、升级的有序发展状态。当然，2018年3月，国家新闻出版广电总局公布的《点播影院、点播院线管理规定》（下文简称《规定》），则意味着整个行业掀开了新的一页，完全进入了规范发展的新征途。

规范的出台为行业的发展指明了方向，也给与了整个行业更大的市场想象空间。而整个产业链的资源也需要重新调整、重新对接、重新合作。因此，《家庭影院技术》杂志和影音中国新媒体以多年集聚的行业资源，组织推动了2018年3月31日-4月1日在武汉举行的“2018中国点播影院/院线/泛娱乐资源对接会”，旨在为当下规范运营的点播院线和数以万计的点播影院业主、寻找新市场新机遇的系统设备商、沐足酒店业主、投资人等各方资源，在同一个平台面对面交流，一次性低成本地广泛沟通对接合作，从而促进整个产业更快速地发展。

而趁此机会，《家庭影院技术》杂志和影音中国新媒体也收集各方意见，组织编辑力量，编撰了《2018中国点播影院/点播院线发展白皮书》，试图就点播影院/点播院线及相关泛娱乐观影的业态，进行剖析，为行业发展提供有益的参考。

目 录

1、点播影院 / 点播院线 / 泛娱乐定义及类型	2
1.1 点播影院	2
1.2 点播院线	2
1.3 影 K	3
1.4 泛娱乐个性观影	4
2、点播影院发展历程	5
2.1 点播影院兴起与火热期	5
2.2 点播影院规范化调整期	6
2.3 影院式足浴、影院式酒店等泛娱乐观影兴起与发展	8
3、点播影院片源（软件）及相关技术发展特点	9
3.1 点播影院片源来源及输送情况	9
3.2 点播影院片源质量与系统技术的关联	9
3.3 点播影院片源版权问题及解决方案	9
3.4 点播影院与点播院线在内容片源合作方面的要素	10
3.5 点播影院与放映系统设备合作的要素	11
4、点播影院硬件及相关技术发展特点	11
4.1 点播影院硬件（音频设备）的选择与安装	11
4.2 点播影院硬件（视频设备）的选择与安装	16
5、点播影院内部建设	20
5.1 点播影院的空间建设整体情况	20
5.2 点播影院室内声学设置情况	21
5.3 点播影院装潢格调与光学处理分析	21
5.4 点播影院观影区间与消费区间比例安排情况	24
5.5 点播影院消防、治安等要求执行情况	25
6、点播影院经营状况及用户消费需求调查	31
6.1 点播影院业主经营状况分析	31
6.2 点播影院门店开发客源的方式	32
6.3 点播影院用户消费需求分析	33
7、点播影院、点播院线的行业前景、风险可能及发展趋势	35
7.1 点播影院行业前景分析	35
7.2 点播影院行业挑战及风险可能	36
7.3 点播影院市场发展趋势分析	37
8、当前市场主流的点播影院 / 点播院线相关品牌及产品推荐	38
8.1 连锁点播影院品牌	38
8.2 点播院线及系统解决方案提供商	38
8.3 点播影院系统及相关设备品牌与产品	38
附一：2018 年以前开设的点播影院 / 泛娱乐观影案例分享	39
附二：点播影院、点播院线管理规定	55

1、点播影院 / 点播院线 / 泛娱乐定义及类型

1.1 点播影院

《点播影院、点播院线管理规定》第二条对点播影院有明确的定义：本规定所称点播影院，是指在电影院和流动放映活动场所之外，为观众观看自选影片提供放映服务经营活动的文化娱乐场所。

在此之前，业界对点播影院有多种定义和名称，包括有影吧、影咖、微影院、私人影院、影 K（通常指具备卡拉 OK 功能的观影房间或由 KTV 包厢改造并提供观影功能的经营形态）等。点播影院虽然已经成为官方及业界统称的称谓，但在消费者层面，私人影院、影咖、微影院等称谓的认知度还比较高。

《规定》第五条，对点播影院的业务许可有明确的要求。

第五条 企业、个体工商户设立点播影院，应当向所在地县级人民政府电影主管部门提出申请，并应当符合以下条件：

（一）放映设备、放映质量和计费系统符合国务院电影主管部门规定的技术规范；

（二）所设单个影厅的银幕宽度不超过 6 米，观众有效座位数不超过 20 个；

（三）有拟加入的点播院线或者处于筹建期的点播院线；

（四）法定代表人或者主要负责人未处于电影从业禁止期间。

1.2 点播院线

《点播影院、点播院线管理规定》第二条对点播院线有明确的定义：本规定所称点播院线，是指由一定数量的点播影院组成，拥有一定数量影片的发行权，并对所辖点播影院的电影放映活动提供影片、实施运营管理的发行企业。

点播院线可以视为产业链上游企业，为点播影院提供片源内容，而且对点播影院

实施运营管理。

《规定》第六条，对点播院线的业务许可有明确的要求。

第六条 企业设立省内点播院线，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府电影主管部门提出申请；设立跨省点播院线，应当向国务院电影主管部门提出申请；并应当符合以下条件：

（一）有与其业务相适应的影片来源；

（二）计费系统符合国务院电影主管部门规定的技术规范；

（三）法定代表人或者主要负责人未处于电影从业禁止期间；

（四）省内点播院线所辖点播影院数量不少于 30 家，跨省点播院线所辖点播影院数量不少于 60 家。

只符合前款第一项至第三项条件的，由有关电影主管部门发给有效期为三个月的同意筹建证明文件。筹建期间内达到前款第四项条件的，方可向有关电影主管部门申请颁发许可证件。

1.3 影 K

影 K 主要是指能够观影唱 K 的营业性质的娱乐综合体，其主要是来源于当时 KTV 房间空置率高，一部分 KTV 业主改造设备系统，为顾客提供影片，由顾客选择服务。还有一部分业主是将 KTV 的部分房间独立改造成观影包间，以出售观影时段为营收模式。也有一些点播影院为了顾客娱乐需求，在房间内提供卡拉 OK 服务，都形成了影 K 的消费模式。

影 K 在若干年前有零星出现，2015-2016 两年，受点播影院发展的影响，“影 K”模式在业界引起较大范围的关注。有部分人士认为，全国 8 万多家 KTV 实体门店，超过 100 万间 KTV 包厢，如果有一定比例的包厢改造提供观影服务，“影 K”这一模式就可以对市场带来巨大影响。只是近一年来行业热度有所回落，市场规模效应还有待增强。因此本篇对此暂不作详述。



1.4 泛娱乐个性观影（影院式足浴、影院式酒店、其他类型影院）

近年来，有一些足浴场所为顾客提供观影服务，形成了影院式足浴，业界大多称之为足浴影院；有一些酒店为顾客提供电影服务，形成了影院式酒店，业界大多称之为电影主题酒店，也有简称为酒店影院。在经营上，很多门店还是标注为影院式足浴或影院式酒店。

影院式足浴，其主营业务和收费项目均为足浴，电影只是配套服务；电影主题酒店，其主营业务和收费项目均为酒店客房，电影也是配套服务。因此并非严格意义上的“影院”。业界认为其经营许可及管理等方面，与点播影院并不相同，所以我们对这个领域的经营模式单独列项。

影院式足浴、影院式酒店，另外还有一些餐饮场所、消费娱乐会所等，为顾客提供观影配套服务，而这样场所无论营业性质和服务性质，都跟传统意义上点播影院有所不同，因此我们通常称之为泛娱乐个性观影。而由于这一领域无论是片源供应、点播系统应用、音视频设备应用等解决方案，基本与点播影院行业高度重合，也引起了点播院线和影音设备商的热切关注，因此本篇将点播影院与影院式足浴、影院式酒店等泛娱乐个性观影服务并列陈述。但涉及到空间设计、音视频系统设备及相关经营等问题时，依然围绕点播影院行业展开。



2、点播影院发展历程

2.1 点播影院兴起与火热期

点播影院早在多年前就有零星出现，而普遍兴起，大概是在 2010 年之后，一些经营场所利用高清播放器形成多房间分享高清电影的功能，并配以较好的室内装潢及一定的室内声学处理，为顾客提供包场包时观影服务，并以此为营业项目，形成“影吧”模式，也被称之为“微影院”或“私人影院”。一大部分经营实体还提供咖啡饮品等服务，因此普遍成为“影咖”模式。

2012-2015 年间，以“私人影院”、“微影院”、“影吧”、“影咖”等为名称的点播影院实体门店，在长沙、上海等地区迅猛发展。其中又以 2014 年至 2015 年间为盛：2015 年初，长沙及周边地区经营门店已经超 200 家；2014 年初，成都只有零星几家门店出现，到 2015 年底，就暴涨到将近 200 家。随后，重庆、武汉等城市，也在 2016 年呈爆发式增长。至 2016 年底，全国各类型点播影院（不含影院式足浴与影院式酒店）数量达到近 10000 家。

在美团、大众点评等团购网站上，从 2016 年起，“私人影院”也成为了重要的消费版块。

2.2 点播影院规范化调整期

早期点播影院这一业态并无明确的管理范围，经营实体如雨后春笋般出现，特别

是早期的投资者，以较少的投资而迅速得到回报，成为了极大的榜样，引起一波开店的热潮。伴随而来的是无序竞争、良莠不齐、经营杂乱。如片源可供下载存储及外置播放，影片内容存在盗播及不健康等现象；很多经营门店采用封闭式观影包厢，与营业性文化娱乐场所要求的透明式门窗相违背；一些经营实体用很低端的音视频设备，未进行建声处理而造成很差的视听体验，满足不了电影效果的呈现；因为竞争需要，一些门店以超低票价及折扣拉拢顾客，最终做烂市场。等等诸如此类现象，导致整个行业一边高速发展，一边岌岌可危。

业界有识之士认为，泛滥而不可控的发展状态，最终会让这个行业出现劣币驱逐良币，并走向危险的境地。业界需要交流、讨论，凝聚共识；产业需要良性发展，才能走得更远，做得更大。基于业界需要，影音中国 2015 年 9 月在苏州组织了“微影院 / 影吧行业交流峰会”，随后从 2016 年至 2017 年两年间，策划组织了多场业界的交流峰会与论坛，包括 2016 年 1 月长沙峰会、2016 年 3 月广州峰会、2016 年 6 月北京峰会、2017 年 2 月广州峰会、2017 年 6 月广州论坛等。通过相关活动的举行，有力地促进了行业的交流，形成了更多的共识，推动了行业自我规范、自我约束、自我发展的势头。规范化发展已经成为了行业共识。



当然，随着行业的快速发展，国家新闻出版广电总局相关部门也深入市场，进行了广泛的、深入的市场调研，并于2017年4月和6月，分别发布《国家新闻出版广电总局关于规范点播影院、点播院线经营管理工作的通知》和《点播影院、点播院线管理暂行规定（征求意见稿）》两个文件。并在2018年3月公布了《点播影院、点播院线管理规定》，相关文件对业界纷繁复杂的说法进行了厘清，对点播影院和点播院线的业态进行了确认，对经营许可进行了规定，对产业关系明确了要求。而业界也普遍认为，规范文件的内容，最大程度体现了市场各方的共识。

特 急

国家新闻出版广电总局文件

新广电发〔2017〕81号

国家新闻出版广电总局关于规范点播影院、点播院线经营管理工作的通知

 **国务院法制办公室**
Legislative Affairs Office of the State Council P. R. China

中国政府法制信息网

当前位置：首页 > 草案征集公告

国家新闻出版广电总局关于《点播影院、点播院线管理暂行规定》（征求意见稿）公开征求意见的通知

来源： 发布时间：2017-06-12 17:10 阅读次数： ~

为了规范点播影院、点播院线电影放映、发行活动，根据《中华人民共和国电影产业促进法》《中华人民共和国著作权法》，我局起草了《点播影院、点播院线管理暂行规定（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见。公众可通过以下途径和方式提出反馈意见：

1. 登陆中国政府法制信息网（网址：<http://www.chinalaw.gov.cn>），进入首页左侧的“**法规规章草案意见征集系统**”提出意见。
2. 通信地址：北京市西城区复兴门外大街2号国家新闻出版广电总局政策法规司，邮政编码：100866。

随着竞争白热化，以及行业规范调整的需求，一部分体验差、档次低、效益不佳的门店关闭转型；一部分观影体验尚好而经营不善的门店，被一些连锁品牌收编改造；另外一些新锐的连锁品牌扩张也稍显缓慢。整个市场调整之后，到 2017 年底，尚在营业的点播影院门店（不含影院式足浴和影院式酒店），数量或许比 2016 年略有回落，约在近 10000 家，屏幕大约在 10 万张左右。

2.3 影院式足浴、影院式酒店等泛娱乐观影兴起与发展

影院式沐足早在 2011 年起即有零星出现，在 2015 年开始形成比较规模化发展，其中又以成都、重庆、武汉等城市为兴盛，并辐射到长沙、郑州及全国各地，而近一两年来，江浙地区的影院式足浴有更火爆的势头。到 2017 年底，全国各大城市的影院式足浴，已经形成了较大的发展势头。

影院式足浴的形成，最初是金色印象为首的足浴企业，尝试在沐足店内加入观影服务，并取得火爆成功，之后为足浴业界所仿效，形成效应。早期市场上缺乏足浴店的观影解决方案，经营业主将多方面软硬件拼凑而成。市场兴起之后，播放系统设备商及音视频产品商家深度切入，形成了兼顾规划、设计、内容、播放、硬件，乃至施工安装和运营等影院式足浴整体解决方案。而影院式足浴原本每个房间基本都配备电视机，后来变成影院系统，是消费模式的升级，是音视频解决方案的升级，所以行业发展非常迅速。

影院式酒店即电影主题酒店，早在国外就有丰富的案例。国内多年来也有零星出现，近年则呈现快速发展势头。有酒店管理集团通过数据研究发现，50% 的住客都有观影的习惯，因此认定“酒店 + 电影”的可行性。而在线片源及播放系统设备的成熟，也为酒店实现多房间电影的便捷播放提供了基础，因而促进了影院式酒店的迅速发展。目前全国已经有多个主打电影为主题的酒店品牌。

根据网络可搜索的数据显示，影院式足浴与影院式酒店总体数量已超过 10000 家。加上纯观影的点播影院，整个泛娱乐观影的终端门店约 20000 家。

业界认为，影院式足浴和影院式酒店，对于足浴和酒店行业而言，并非市场的新风口，因为更多是在原有的项目上进行服务升级，是稳定客源的手段，足浴和酒店的顾客群体并没有产生巨大改变。但是，当前约 10 万家足浴店、约 1.4 万家星级酒店，如果有一定数量升级为影院式足浴或影院式酒店，对于影音行业而言，将形成新的风口。其内容片源的输出及音视频设备的升级，都是巨大的市场空间。

3、点播影院片源（软件）及相关技术发展特点

3.1 点播影院片源来源及输送情况

早期的点播影院片源内容有多种渠道，主要是蓝光播放器配合多房间分布的服务器，形成播放系统。因此其片源更多是通过下载、拷贝从而进行本地播放。在 2013-2015 年之间，片源拷贝下载一度还是兴盛行业。但随着云端存储技术、网络传播技术的发展，目前点播影院更多是以网络推送、本地存储播放为主。也有一部分点播影院采用从视频网站高清电影节目直接点播、在线观看的解决方案。

3.2 点播影院片源质量与系统技术的关联

观众在点播影院看到的影片效果，将受制于片源质量、播放系统、放映设备等。

片源质量受制于点播院线提供的片源格式及影片本身的拍摄质量。

播放系统的解码能力、流畅度等，本地播放或网络播放模式，都会影响影片的播放效果。

放映设备如投影机的分辨率与对比度、功放及音箱的功率及声音质量等，都影响影片的播放质量。

3.3 点播影院片源版权问题及解决方案

点播影院的片源版权问题，在行业规范前与规范后，有重要的不同。

在规范之前，点播影院的片源有多个来源，一是自行下载拷贝；二是系统设备商提供；三是网络在线点播。这三个来源的片源，质量不一，而且版权情况不一，盗版盗播情况普遍，相关查处盗版或起诉侵权的新闻也常有出现。但由于当时缺乏行业标准与规范，经营业主并无合适的上游版权资源或企业对接，所以出现无法解决的情况。

《点播影院、点播院线管理规定》出台后，对版权有明确的规定：

首先，点播影院申请成立的时候，“有拟加入的点播院线或者处于筹建的点播院线”，而点播院线“对所辖点播影院的电影放映活动提供影片，实施运营管理”。即点播院线与点播影院之间存在影片提供和运营管理的管辖与被管辖的关系。

其次，“点播影院发行的影片，应当依法取得著作权人许可其在点播影院放映的授权。”也就是点播影院播放的影片内容必须来源于点播院线，而点播院线所发行的

影片，必须获得著作权人许可授权。

再次，“点播院线负责向所辖点播影院提供影片。点播影院不得放映所加入的点播院线发行范围之外的影片。”也就是说，点播影院的影片都由所属的点播院线提供，没有其他来源。

再次，“点播影院放映和点播院线发行的影片，应当依法获得电影公映许可。点播院线发行的影片，应当依法取得著作权人许可其在点播影院放映的授权。电影著作权人对其作品由电影院进入点播影院放映的期间有限定的，点播院线在限定期间不得发行。”

另外，播放片源、经营数据及票房收益等，也要接受管控：国务院电影主管部门建立全国点播影院经营管理信息系统和影片著作权授权信息公示查询系统。而点播影院的经营数据，要按时报送给点播院线。点播院线又要将所辖点播影院的经营数据上传至全国点播影院经营管理信息系统，纳入电影销售统计。

总结上述条文的分析，基本可以确定的是，点播影院再也不需要为自己播放的片源版权而烦恼，只需要加入某个点播院线即可，由点播院线解决这个问题。而点播院线对于片源的来源、质量、方式、许可、发行等，在《规定》中也有了明确规定。《规定》还在第三十条、第三十一条对于版权明确了法律责任，违反规定将受到处罚。

3.4 点播影院与点播院线在内容片源合作方面的要素

根据《规定》要求，点播影院需要挂靠点播院线，由点播院线解决片源版权问题。而点播院线的成立，其重要的一项条件就是“有与其业务相适应的影片来源”。业界人士认为，点播影院选择点播院线，有两个要素非常重要：

3.4.1 院线的版权能力。

可以说，各家点播院线的资源是不完全一样的。有成熟的版权团队和电影版权资源，能提供更多优质片源的点播院线，可作为首选。有的点播院线其片源渠道广、购买能力强、整合力度大，更容易引入更多的高时效新片，对点播影院经营有极大帮助。

3.4.2 院线的专注能力。

电影发行是专业的版权服务，有些点播院线或许只专注于专业和复杂的电影发行与服务，及配套的法律支持，形成可以向各点播影院门店合作的开放体系。而有些点播院线可能既布局片源，又涉及到设备、品牌连锁、影院等环节，最后形成封闭体系。至于哪种体系符合需求，还需点播影院结合自身的情况进行确定。

3.5 点播影院与放映系统设备合作的要素

3.5.1 技术等级、安全等级与门店经营相匹配。

能符合规范的放映系统设备将有不同的技术等级和安全等级。技术级别的高低，与放映品质有一定的关联。但点播影院在经营上，有各自的格局、方向和目标消费者，比如说 50 m²大厅和 15 m²的小厅之间，其放映系统设备就存在明显的技术差异。所以说对放映系统设备的等级选择，业主可根据经营的需求来匹配选择。

3.5.2 点播院线片源内容成本与市场规模直接关联。

有的放映系统设备覆盖门店少，比如几十上百家门店，电影片方为该放映系统设备的制版成本都可能无法回收。而如果放映系统设备覆盖的店多，如几百几千家店，则可以有效分摊片方的制版成本。建议业主选择市场覆盖率较高的系统设备，片方更乐于为这些网点多的系统设备提供片源制版。而厂家的生产和维护成本也将会更低。

另外，有一些系统商为了推动自己的技术体系，很多成立自己的院线，以较低价格供片，以促进设备销售。也有一些连锁品牌管理方，也会申请成立自己的院线，一般只为自营或连锁加盟商服务。但是设备技术、院线版权、连锁管理是产业链关联而又有很大跨度的业务模式，是互相合作也是不同的分工，未来市场可能会趋向于各项业务的专业和专注。经营业主在相关的选择上，建议综合考虑商家的相关能力与专长。

4、点播影院硬件及相关技术发展特点

4.1 点播影院硬件（音频设备）的选择与安装

一个点播影院视听效果，很大程度取决于音箱质量好坏。

4.1.1 首先是卡包箱不能选用。

因为卡包音箱一般都是用 2 英寸或者 3 英寸纸盆高音配上 8 英寸或者 10 英寸低音，中频非常强，高频本来 10kHz 以上就基本没有了，再加上安装高度和角度的限制，在座位区基本高频都没有了。而电影节对高频的细节要求很高，卡包箱在点播影院房间的声音会很闷，声音效果不佳。

4.1.2 其次是号角高音的音箱需谨慎使用。

号角音箱声压级较高容易出来比较刺激的声音，但存在问题是：点播影院的音箱

装得都比较高，而号角音箱要么垂直辐射角或者水平辐射角较窄，一旦超出辐射范围高频下跌非常快，同样会损失非常多的细节。另外，低质的号角声音非常粗糙，不仅声音还原度差，同时在较近距离试听时还有可能损伤听力。而好的号角价格昂贵，同时也只适合房间较大的情况，所以应慎用。

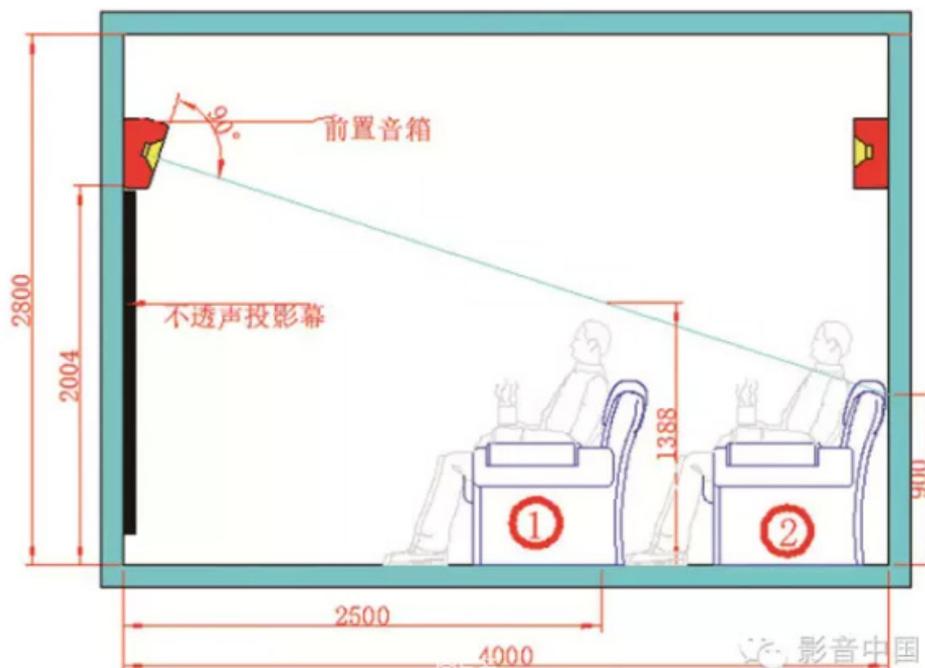
4.1.3 再次是多媒体音箱尽量不用。

多媒体音箱的设计定位是放在电脑桌，为极近距离聆听而设计的。距离稍远声压级衰减非常快，最终动态也会比较差，难以还原电影大片的大动态震撼效果。很多多媒体类的产品为节省成本材料都非常低劣，不仅动态不出来、声音细节表现差，而且还会因功率范围小而在播放大动态电影时存在烧坏喇叭的隐患。

4.1.4 点播影院选择音箱的总体思路。

尽量找专用的点播影院音箱设备，目前业内已经有多家影音品牌推出了点播影院小空间观影的音箱产品。或者采用适用于小空间的定制私人影院、家庭影院类的产品。

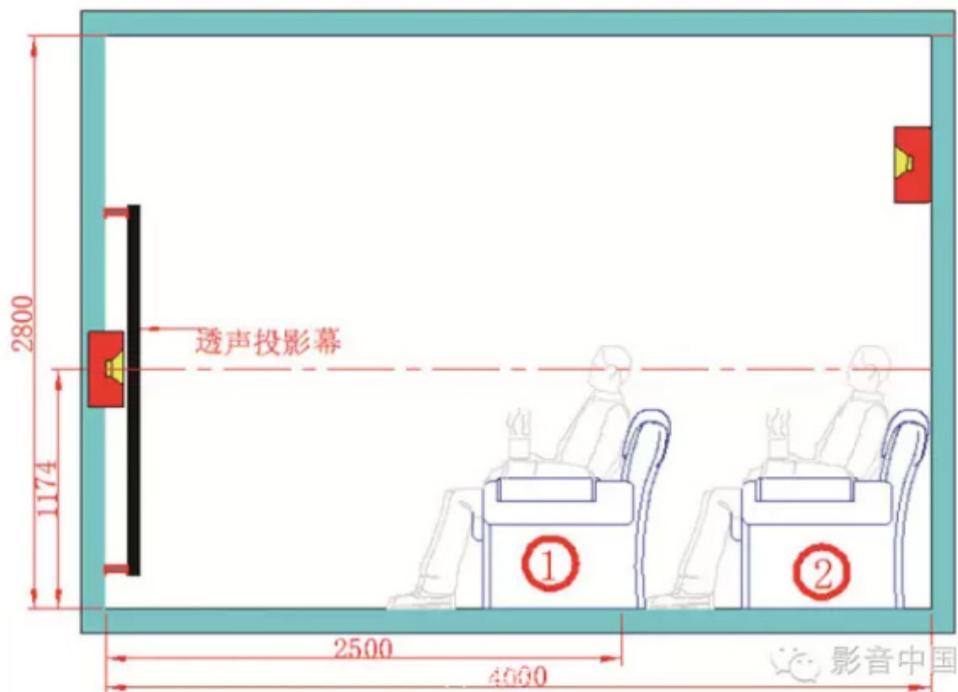
音箱的摆位应参照 ITU-R、Dolby、THX 这三个标准。但是考虑到点播影院的特殊情况，很多观影空间太小，也出于成本考虑，没有应用透声幕，音箱就只能外摆。外摆的音箱需要注意角度：



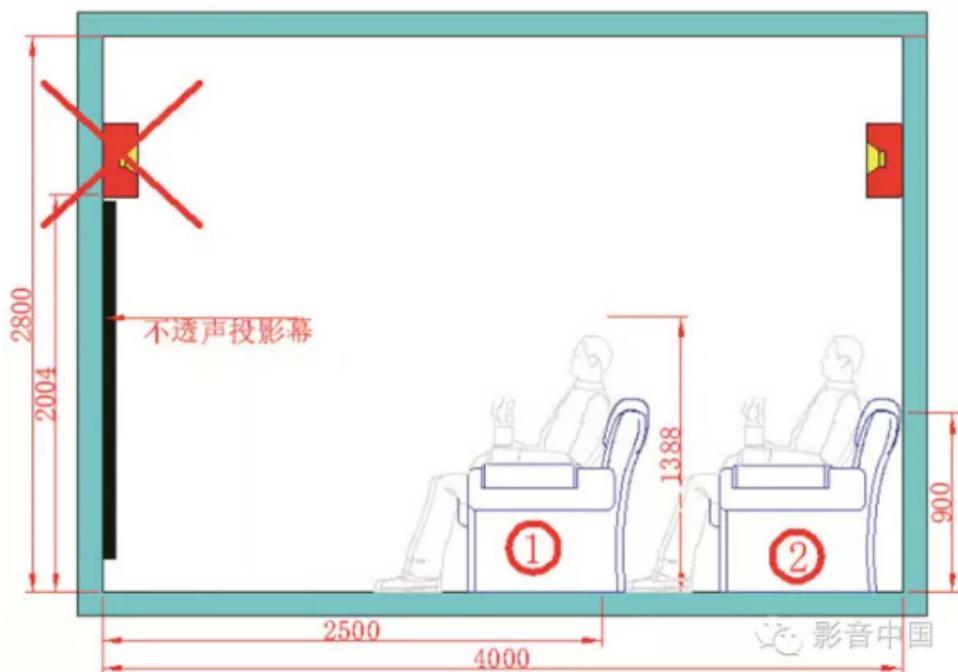
采用不透声幕的情况下带倾角音箱的安装

说明：此高度 1 排位置为最近距离，2 排为最远距离，超出此范围可能会产生非线性衰减，听感变差。

透声幕平面音箱的安装

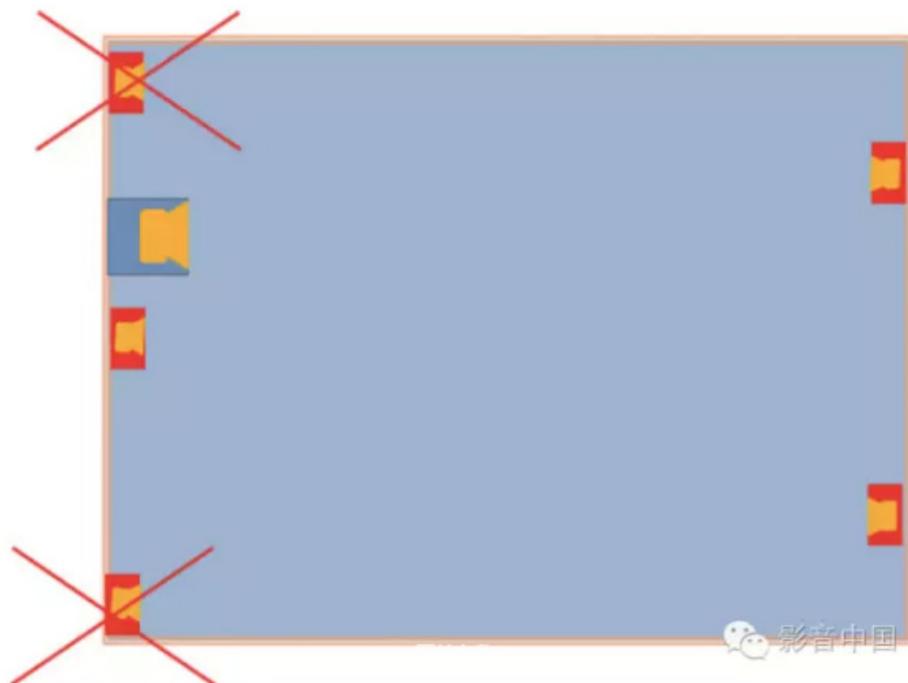


平面音箱错误的安装



说明：如果使用平面无倾角的音箱，请将音箱放在与人耳高度一致的位置，当然这样就要使用透声幕了。

音箱的摆位，除了尽量满足基本的角度要求外，任何音箱都特别要注意尽量不要放在墙角，墙角带来的边界增益将直接影响系统响应，且后期难以弥补。



错误的摆放位置



正确的摆放位置

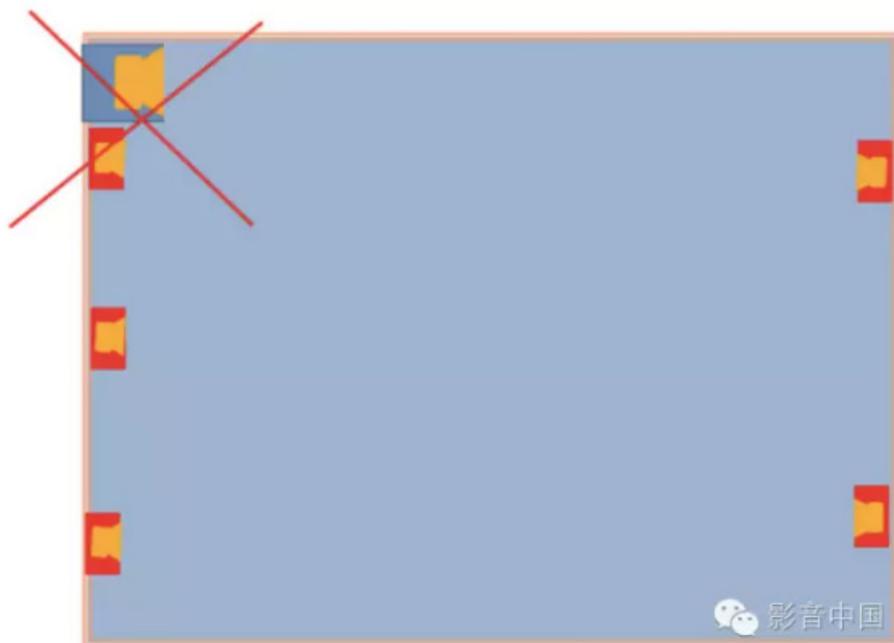
减少非线性衰减。音箱前面尽量减少各种遮挡以免引起非线性衰减。布线线路要尽量短，线路越长衰减越大，最终带来的是功率和声压级损失。

线材线径要尽量选粗的，线阻最好控制在音箱额定阻抗的十分之一以内，一般对4Ω 音箱 10 米线长最少要 1.5mm 以上，以尽量减少信号衰减。

选材要尽量精，线材作为声音信号传输的桥梁，非常关键，千万不要因为节省成本而购买劣质线材从而因小失大。

4.1.5 低音炮的摆位

低音炮的摆位是一门大学问。每个位置都有不同的低频表现，但实际应用中低音炮可以摆的位置非常有限，很难做非常细致的调校。重要的一个原则是：低音炮不要放在墙角的位置。



音响的摆位 与安装

4.1.6 点播影院音频设备的调试

点播影院音箱布置之后，需要进行调试。很多工程人员喜欢通过主观试听来调试，但这样有非常大的局限性，效率低，出错率高。因此建议采用专业的仪器来进行。特别是有多声道数字音频输出的仪器，既精确又方便使用。另外仪器的校准不能忽视，盲目地使用无标准的仪器，其测量结果准确性有偏差，建议仪器一定要校准后才能使用。测试结果和主观听音可以结合进行，但如果两者有矛盾的时候，建议以仪器为准，当然前提是测量基本准确的情况下。

现在日系大部分 AV 功放都具备自动均衡系统，操作简便好用。但使用过程中经常出现自动调出的声音非常糟糕的情况，有几点需要注意：

其一：测试环境要安静，无干扰。

其二：测试咪头应放置在皇帝位与人耳接近的地方，周围无遮挡、无反射物，咪头与音箱之间无障碍物。测试过程中人不能来回走动。

其三：自动均衡不能盲信。能以仪器测试调校的，都以仪器为主。

4.2 点播影院硬件（视频设备）的选择与安装

视频播放效果，直接决定了顾客在点播影院的观影体验，对经营有重大影响。当然，大屏幕大画面是观影的终极追求。如何在有限的空间，实现最佳的观影效果。在视频设备的应用上大有学问。

4.2.1 点播影院的视频设备选择与安装

点播影院视频系统的构建应根据视听空间的大小和布局来安排。目前更多是采用与家庭影院系统相同的前置投影系统方式，配置全高清或 4K 高清级别的投影机搭配投影幕布，实现大画面成像系统。当然，也有少部分点播影院门店采用大尺寸平板电视，或者 100-120 英寸激光电视来实现视频播放。

4.2.1.1 投影机：点播影院投影机目前绝大部分采用家用级别的投影机（部分点播影院线可能会提供高级别的院线投影设备）。从芯片类型来划分，主要是单片式 DLP、3LCD 以及 LCoS 三大类，每一种方案都有着自己的画面成像特点，例如单片式 DLP 在高光层次以及画面锐度方面的把握更出色，3LCD 在色彩还原与亮度均衡方面有着自己的优势，而 LCoS 方面，黑位与暗部层次、色彩还原方面都有出色表现。而这三大类的投影机目前均已经能达到 4K 级别精度的画面输出，但是考虑到构建成本的问题，除了高端的点播影院方案之外，大部分还是采用 1080p 的全高清投影机。

近两年来，基于激光超短焦投影技术成熟，激光电视价格进一步回落。已经有点播影院以激光电视作为成像系统。激光电视需要投射的距离短，在电视柜上就可以投射出 100 英寸大画面。而且大多数激光电视还配备了专门的抗光幕布，有利于在一些光环境下保持良好的投影效果。而且激光电视具备寿命长、即开即关等特性，使用更加方便。预计随着激光电视成本逐步下降，其在点播影院的应用，可能会逐步提升。

目前而言，根据点播影院的播放特性，投影机推荐万元以下的入门级全高清高亮

度家用投影机。这类投影机基本上都采用了成熟的单片式 DLP 搭配色轮或 3LCD 穿透式液晶的解决方案，而且多数都配备了完整的色彩调校系统，预设色彩表现与以往机型相比也有了很大的跃进。

4.2.1.2 幕布：投影幕的搭配除了要针对投影机的种类，更多的情况需要考虑房间中的实际遮光条件以及系统构建的需求。不过经过十多年的发展，家用投影机的性能已经取得了大幅度提高，不仅是亮度输出还是色彩还原方面都达到了一个相对成熟的阶段，因此，在投影幕的搭配上已经不再需要过于强调画面亮度，而更多是回归到色彩还原的本质之上。

白幕与透声幕：适合遮盖处理较好的点播影院环境。点播影院观影通常是在关灯环境下进行，对投影幕的抗光要求较低。因此可投出投影幕的色彩还原以及可视角度，力求全面发掘投影机本身自然的色彩，同时也令所有观众能获得同样的观感。因此，可以选择漫反射性质的白幕，幕布表面不带增益，也就是增益等于 1.0 左右。如果考虑使用透声幕，也要注意透声幕的类型。目前透声幕有两种，一种是编织式，另一种是打孔式。理论上来说，前者的声音穿透特性更好，而后者在画质上的表现更为突出。不过随着透声幕技术的发展，两种透声幕的性能已经越来越接近。如果对画质有较高的要求，可以选择 0.2-0.4mm 的微孔透声幕，但要注意的是，这类透声幕厂家通常会建议在前置音箱方面进行一定的 EQ 均衡处理，以弥补高频方面的衰减问题。幕布通常以 16:9 规格为主，如果采用弧形幕，通常是 2.35:1 宽高比例的弧形幕，这就需要采用投影机变形镜头来实现全像素的 2.35:1 全屏显示方式。

抗光幕与灰幕：适合遮光处理较差的点播影院环境。有些点播影院着重社交和聚会需要，保留有自然光或者室内光。而现阶段点播影院所用投影机本身亮度不够高，那么就必须通过幕布的搭配，增加画面色彩与细节的表现力。为了克服环境光线的影响，高增益或者不会产生太阳效应的抗光幕是不错的选择。另外，若想弥补投影画面在黑色表现力上的不足，还可以选择搭配灰幕。不过，灰幕会对画面带来一定的色染问题，通常需要进行一次详细的灰阶白平衡调整，让画面的白色恢复到正常。

4.2.2 点播影院的视频系统调校指南

相比音频系统，视频系统的调校往往更加不受重视，而事实上一个经过完整调校的视频系统所能重现的色彩、细节、层次过渡以及画面的锐利度都会比没有调校的系统要出色许多。有些时候，店员对投影机操作不当，还很有可能会对画质造成严重的

损坏。另外不少点播影院经营者都缺乏需要对视频系统进行调校的基本概念，简单地认为只需要顺利开启投影机就能带给顾客出色的色彩与细节表现，事实上绝大部分投影机在预设模式下的设定都是相对保守的，并没有全力发挥投影机的潜力。视频调校，也就成为点播影院经营者需要掌握的技能。

4.2.2.1 尽量避免使用投影机当中的梯形校正功能。否则会对画面的分辨率带来一定的损耗，导致不能够以点对点的方式来呈现画面的细节，从而影响到画面的锐度。因此，在投影系统前期的安装调试过程中，必须按照规范来安装，注意水平与垂直投射角度。如果真的需要对画面进行位移调整，可以透过投影机当中的镜头位移功能来实现。

4.2.2.2 选择一个合适的画面预设模式。一般来说，投影机通常都会预设多个画面模式，但并不是每一个模式都拥有准确的色彩重现，这时就要选择一个最接近中性的画面模式。根据经验，绝大部分影院、标准、THX 或 ISF 预设模式都较为接近国际标准。另外，还可以透过一些带有人物肤色表现的图像来判别。

4.2.2.3 不能盲目调整画面的亮度、对比度、锐度、色彩与色调等参数。必须透过专门的测试软件或测试系统来进行调试。目前国际上 ISF 与 THX 都有相对应的视频调校课程，当中还会传授高级别的白平衡调整与色彩管理方面的知识，建议点播影院的技术管理人员参加这类培训，深入了解当中的奥秘。

4.2.3 点播影院最近观影距离判断

大多数投影机品牌都有自己推荐的最近观看距离，其中屏幕高度 1.5 倍的距离 (4K) 与 3 倍的距离 (1080p 全高清) 是一个相当常见的推荐值。但这并没有考虑到点播影院自身观看的条件，有些空间投影幕高度 1.5 倍，可能就到了房间后墙。座位在这个位



置上，后环绕音箱的位置就很难处理了。而且，厂家推荐的距离是以正常视力的人来进行测试，如果用户的视力本身没达到这个水平，就应该考虑按照实际观看的情况而定。最简单的一个测试办法就是去晶格法，也就是顾客从靠近屏幕的地方往离开屏幕的方向后退，直到看不到画面的像素，这个位置就是最近的观看距离。

4.2.4 点播影院画面基础调校与色彩管理

画面基础的视频调校主要是指调整画面的标准黑位、标准白位，以获得最大的有效动态范围，既能够让画面的黑色下潜更深，高光更具阳光感，同时灰阶的层次过渡也更加均匀，暗部与高光的细节都能清楚可见，不会丢失导演所赋予电影的重要信息。此外，还包括基础的色调、锐度、画面几何变形、点对点等方面，其中特别要留意一点，除非安装位置有一定的偏差，无法投射出没有畸变的画面，只能通过梯形校正来调整，否则不要使用梯形校正，这会使得画面无法做到点对点显示，影响整个画面的锐度。另外，镜头位移功能尽管不会影响画面像素匹配的问题，但是一般来说镜头中央位置的分辨率是最高的，边缘部分则较低，如果想要获得最好的锐度，还是尽量将投射画面设置在镜头中央的位置为佳。

测试软件方面，以往对于 1080p 或 720p 的高清画面，可以直接利用相关的蓝光视频测试碟，例如播放《DVE-HD Basic》与《Spears & Munsil High-Definition Benchmark》当中的测试画面对黑位与白位进行调整；4K 投影机可用高清阶段的测试画面，并利用 4K 投影机当中的画面升频来输出 4K 的测试画面之外，还可以直接通过 4K 超高清的信号发生器或者下载付费 UHD 4K HDR 蓝光视频测试碟来播放测试的视频画面，例如数千元级别的 DVDO AVLab TPG 视频发生器与《R.Masciola UHD/HDR-10》蓝光视频测试碟。而在色彩管理系统方面，建议点播影院的相关技术人员可以入手基础的测试工具，如 Spyder5 Elite、i1 Display Pro 这类含有色度计与测试软件的测试系统进行调校，如果对于调整色彩的精度有较高的要求，还可以聘请专业的视频调校技术人员上门调校，或者是参加专业的 THX 视频或 ISF 视频调校认证工程师培训。

5、点播影院内部建设

5.1 点播影院的空间建设整体情况

《规定》只要求“所设单个影厅的银幕宽度不超过6米，观众有效座位数不超过20个”，对具体的规模大小、风格形态等并无要求。实际运营中，点播影院也因空间和投入不同，形成众多的模式与形态。

从规模格局来看，有大型主题式点播影院，观影厅达30多个以上，总经营面积达2000 m²以上。而有的小规模点播影院，仅有三四个观影小包厢，总经营面积不足100 m²。

从装修风格来看，点播影院更多赋予电影主题为形象的风格设计，特别是观影包厢内，往往以hello kitty，蜘蛛侠、变形金刚、绿茵球场，海盗船、白雪公主、银河星空、玩具总动员等经典电影角色为设计风格。当然也有占一定比例的点播影院观影包厢在装修风格上并不以电影为主题，繁复者森林城堡，简朴者四面光墙，呈现多元的风格元素。

有设计师认为：点播影院的空间布局及风格设计，需要从源头开始探讨，比如人群定位、人均消费、品牌内涵等，契合市场需求，其效果才有市场竞争力。而非看某影院风格不错，就做个类似的。

整体的风格布局，核心思想是：点播影院作为商业场所，其大厅等公共区域用暖色调，给人亲和力，吸引消费者进入；包厢等私密空间则风格各异。照明方面应该是分区域阶段性的处理，入口大厅区域的照明应明亮，给人热闹的气氛；走道区域，灯光朝向装饰墙面，强调局部照明，或者多用槽光等间接照明，增加氛围感；而包厢内，注重私密感，多采用地灯等氛围照明，保留保洁灯光即可。



5.2 点播影院室内声学设置情况

近几年来点播影院的声学处理存在三种情况：

其一：按照影音室标准做全面而深度的声学处理，如房间内打龙骨架、铺棉、做吸音板等。这种处理特点是效果出色，但是工期长，造价高。

其二：按照声音的要求做便捷建声，如配合一些声学材料，在房间转角做低频陷阱，利用墙面做反射，利用沙发、地毯、帘布做吸音等，基本满足小空间观影的需要。而且工期短，造价低。

其三：几乎很少做声学处理。大多数出现在一些投入较低的门店。由于声学处理差，往往只能采用一些低功率的音频设备，其结果就是音视频设备及空间不能展现影片的精彩，观影体验较差。

点播影院的声学处理直接影响观影体验，而且还影响各个房间之间的声学处理。影音中国根据大量的点播影院声学处理案例及设计师投稿，就点播影院的声学处理，整理出下面两点要素：

第一：隔音处理。包厢窜音是点播影院声学常见问题，做好隔音处理才能消除窜音。正常要求隔墙到顶部，房间吊顶离地面 2.8-3m 之间，顶面不做太突兀造型，尽量平顶。消防与空调管道缝隙用泡沫胶堵实。墙面采用装饰吸音板，但面积不超房间总面积三分之一。房间门尽量厚实，门与门套之间缝隙用隔声门缝条处理。

第二：吸音和低频驻波的处理。点播影院很多设置在高层楼房，吸音和低频驻波不处理好，共振明显，会影响楼上楼下。但吸音又不能过度，否则声音干硬，中高频没有鲜活感。低音炮功率大的包厢，四周墙角做低频陷阱；采用一定比例的穿孔板，配合绒面透声布处理；房间顶部最好有镂空设计，如果没有则采用聚酯纤维材料；室内多用厚帘布，摆放布艺公仔等。当然，最终需要经过专业的声压和 EQ 的调整与测试为准。

5.3 点播影院装潢格调与光学处理分析

5.3.1 点播影院装潢设计的色彩搭配建议

5.3.1.1 点播影院视听空间色调整体配色建议在三种或以内，不宜过多。太多色彩容易造成视觉混乱，无法把握重点；单一色调则显沉闷。

5.3.1.2 可通过天花、地面、四周墙面的颜色变化来体现色彩变化的层次感与过渡，

使得整个空间更富立体感。

5.3.1.3 天花、地面与四周墙面的颜色不宜完全相同，通常情况下天花的色调会稍微轻过地面。但为了视听体验效果，减低天花对画面可能会产生的光线反射，不宜采用太浅的色调，甚至有些时候需要考虑全用深色的处理手法。可采用星空点缀或其他不反光浅色材质来缓和对整个视听室装潢风格所造成的沉闷感。

5.3.1.4 在室内的色彩使用上，更倾向于所有房间选择同一个风格的色彩，例如均是暖色调或者冷色调，并且应该尽量避免大面积使用红绿纯色，把握不好容易变俗气。

5.3.1.5 一些主题性的点播影院，在房间使用印有大面积动漫图案的墙纸或装饰，这样容易破坏装潢格局，影响档次。优秀的设计师往往能够把主题内容隐藏在设计当中，让整个设计充满主题元素，但并不会将主题内容硬生生地贴在墙面之上。

5.3.1.6 点播影院中的酒吧、餐桌或者咖啡区域，应通过暖色调的设计来打造家的气氛，让消费者找到舒适感。

5.3.1.7 点播影院本身是属于近似于家的娱乐场所，应更多地使用暖色调的灯光来营造温馨的氛围。

5.3.1.8 可利用电影或音乐相关配饰，来营造点播影院的时尚元素或创意。



5.3.2 点播影院装潢设计的光学处理

商业电影院放映厅通常以接近全黑深色室内装潢为主，幕布四周都有大面积黑色不反光布料遮盖，基本上能够确保画面不会轻易受到来自放映厅内部光线的干扰，确保了色彩与细节的准确重现。而点播影院往往要体现主题元素、温馨格调，甚至有时候需要在开灯环境下观影，因此要达到减低环境光学对大屏幕所造成干扰，又要实现设计风格效果，在光学设计方面有更高难度。

总体来说，解决点播影院的光学效果问题，应注意下面的相关问题：

5.3.2.1 注意遮挡窗户及门缝，确保无外部光线投射到电影画面。如有窗户的房间，可通过多层窗帘的方式进行遮光处理。内层窗帘可以采用白纱，中层既可为浅色过渡亦可为深色，外层窗帘必须是深色。

5.3.2.2 尽量避免天花、地板和四周墙面对画面可能造成的光线反射干扰，建议地面都铺上有一定吸光功能的地毯，天花以深色处理为佳，在靠近屏幕的区域采用吸光处理。灯光一般采用凹槽设计为佳，如果因成本考虑做不到凹槽设计，又无法控制四周的光线反射，此时就需要让反射光变得更加均匀，以减低对投影幕亮度与色彩均匀性的影响。因此，在安装灯光设备时就要尽量使灯光经过更多的反射面，以减低光线的强度。

5.3.2.3 如果采用透声幕，需注意幕布背后音箱反射光线对幕布所产生的干扰。由于透声幕表面拥有许多透声孔，除了声音会透过这些小孔之外，投影机的光线也会透过这些小孔投射在前置音箱之上，若音箱表面是光泽材质则需要考虑进行一些吸光处理，不过一些中高端的透声幕会考虑在透声幕料的背后再加一层黑色的吸光幕料来避免这一问题的发生。

5.3.2.4 沙发不宜太靠近屏幕位置，因为影院沙发大都是采用真皮或近似于真皮质感的材质，表面较具光泽感，特别容易反射光线。如果点播影院视听室面积较小，沙发离屏幕的距离确实较近，可以考虑采用布艺沙发，这类沙发座椅能大大降低光线反射。

5.3.2.5 影音设备以隐藏式安装方式，不宜裸露地安放在屏幕四周。一般来说，AV放大器等影音设备通常以光滑的金色和银色为主，极其容易造成光线反射，影响观影效果。如果无法实现隐藏式的安装，建议将所有设备有条理地放置在机柜之中。好的机柜不仅能融入室内环境，而且还可以对声音起到反射与扩散功效。

5.3.2.6 点播影院的室内任何灯光照明设备都不能直接照射在屏幕上，否则将会严

重影响画面的色彩与细节的重现，特别是基于前投系统的视频系统，本身对于光线的抗干扰能力就较弱。

5.3.2.7 超短焦投影系统是一种在点播影院当中相当不错的大屏解决方案，通过投射光程的缩短以及更高的输出亮度有效提升了整套投影系统的抗光干扰能力。当然，超短焦投影很容易会造成画面四周畸变的问题。

5.3.2.8 灯光照明系统应该尽量采用暖色调，同时选用具备调光功能的光源系统，即有多个开关调节不同类型的灯光。这样既可以起到省电作用，同时还可以通过灯光亮度的变化来改变房间的灯光氛围。

5.4 点播影院观影区域与消费区域比例安排情况

点播影院的经营模式较为多元，有些注重电影与咖啡的结合，有些注重电影与西餐结合，有些注重电影与图书结合，也有些只定位为纯观影。因此各不相同的经营模式，注定了各家点播影院都有独特的理念所在，也注定各家点播影院在消费区域与观影区域的安排有所差别。

目前行业里较常见的点播影院门店，总体是观影区域与消费区域的占比，在 6:4 至 8:2 之间。也就是说，观影区域面积通常在 60%-80% 之间，而消费区域面积在 20-40% 之间。也有少数门店其区域有所不同。

在有效的观影面积上，主要有以下几种形态：

5.4.1 形态一：4-10 个包间的小型点播影院，这类影院更多是一些个体投资人的小规模创业项目，以纯观影为主，也有跟咖啡等配套经营。其特点是投入较低，追求快速回报。

5.4.2 形态二：11-20 个包间的复合型中型点播影院，一般会跟餐饮、咖啡、茶吧等经营业态结合。

5.4.3 形态三：21 个包间以上的大型点播影院，这类门店一般规模较大，档次较高，并且跟餐饮、咖啡、书吧、艺术空间等项目融合一起，以便有效吸引人气。

当然根据调研发现，点播影院门店在 8-15 个观影房间的经营案例，其经营效果普遍较好。观影房间太少，忙时排队情况就多，不能有效接纳顾客，造成客源流失。而观影房间太多，闲时的房间空置率高，造成成本高企。

当然，具体规模大小，要视地理位置及人流量而定，特别是与经营手段密切相关。

5.5 点播影院消防、治安等要求执行情况

《规定》第二十一条指明“点播影院应当遵守治安、消防、公共场所卫生等法律、法规规定，维护放映场所的公共秩序和环境卫生，保障观众的安全与健康。”

第二十一条 点播影院应当遵守治安、消防、公共场所卫生等法律、法规规定，维护放映场所的公共秩序和环境卫生，保障观众的安全与健康。

目前，影院式足浴的消防检查合格证的使用性质标注为“足浴会所”，影院式酒店的消防检查合格证的使用标注为“宾馆”或“酒店客房”。这两方面有清晰标准与定位，所以不作详述。

5.5.1 当前点播影院在各地的消防检查适用情况

一直以来，业界对于点播影院的消防适用规范不明朗，各地的消防部门执行的尺度也略有不同。在实际应用中，有一些规模比较大型的点播影院，之前拿到的消防合格证使用性质也是标注“电影院”。有一些小规模点播影院，之前拿到的消防合格证使用性质上就标注“影吧”。有一些地方因为点播影院经营面积小于 300 m²，消防检查合格证没有写使用性质，就写“备案”两字。而中国消防在线网站 2016 年 11 月 3 日报道《长沙多部门联合走进私人影院开展消防安全检查》，这说明在点播影院规范之前，“私人影院”在长沙等地区，已经列为消防部门的专项性质。



The image shows a screenshot of the 'China Fire Services Online' (中国消防在线) website. The header features the logo of the China Fire Services and the text '中国消防在线' and '主办:公安部消防局'. Below the header is a navigation menu with five categories: '新闻区' (News Area), '工作区' (Work Area), '宣传区' (Publicity Area), '服务区' (Service Area), and '社会区' (Social Area). The '新闻区' category is selected, and the main content area displays a news article titled '长沙多部门联合走进私人影院开展消防安全检查' (Changsha multi-department joint walk into private cinema to carry out fire safety check). The article includes the publication time (2016-11-03 08:41:07), source (湖南省长沙市消防支队), author (龚壮), and editor (彭瑶).

长沙多部门联合走进私人影院开展消防安全检查

发布时间: 2016-11-03 08:41:07 | 来源: 湖南省长沙市消防支队 | 作者: 龚壮 | 责任编辑: 彭瑶

当然，之前很多点播影院门店是与咖啡、餐厅甚至 KTV 等业态结合，所以在消防检查上，往往报以咖啡馆、餐厅、KTV 等使用性质，也不难拿到相关的消防合格证。

业界人士认为，点播影院的经营门店差异很大，一部分是大影院开辟的小影厅，完全可以对接“电影院”这一消防要求；一部分是 KTV 部分包厢转点播影院功能，其本身具备“KTV”这一消防要求；另外一些以西餐、咖啡等为经营主体，配套观影服务的门店，消防上更多是以“西餐厅”“咖啡厅”为名义进行申报。另外一些纯观影的大小规模不一的点播影院，消防部门可能会根据建筑消防及经营性娱乐场所等相关标准来实际检查。使用性质上，“影吧”“私人影院”“点播影院”等名词，都可能会出现在各地不同的消防检查合格证上。



5.5.2 建筑消防及经营性娱乐场所的消防规范

专业人士认为：2015 年 5 月 1 日实施的《GB 50016—2014 消防建筑设计规范》，就对歌舞厅、录像厅、夜总会、卡拉 OK 厅（含具有卡拉 OK 功能的餐厅）、游艺厅（含电子游艺厅）、桑拿浴室（不包括洗浴部分）、网吧等歌舞娱乐放映游艺场所（不含剧场、电影院）的布置进行了相关规定。而“歌舞娱乐放映游艺场所”这一范畴，显然与点播影院更为符合。只是点播影院消费者比其他场所相比可能偏少，在实际消防检测中，在人员疏散等方面标准可能各地方在执行时略有调整。

2015 年版《消防建筑设计规范》对于经营性娱乐场所的规范有：

“5.4.9 歌舞厅、录像厅、夜总会、卡拉 OK 厅（含具有卡拉 OK 功能的餐厅）、游艺厅（含电子游艺厅）、桑拿浴室（不包括洗浴部分）、网吧等歌舞娱乐放映游艺场所（不含剧场、电影院）的布置应符合下列规定：

- 1 不应布置在地下二层及以下楼层；

- 2 宜布置在一、二级耐火等级建筑内的首层、二层或三层的靠外墙部位；
- 3 不宜布置在袋形走道的两侧或尽端；
- 4 确需布置在地下一层时，地下一层的地面与室外出入口地坪的高差不应大于10m；
- 5 确需布置在地下或四层及以上楼层时，一个厅、室的建筑面积，不应大于200 m²；
- 6 厅、室之间及与建筑的其他部位之间，应采用耐火极限不低于2.00h的防火隔墙和1.00h的不燃性楼板分隔，设置在厅、室墙上的门和该场所与建筑内其他部位相通的门均应采用乙级防火门。

条文说明

5.4.9 本条第1、4、5、6款为强制性条文。本规范所指歌舞娱乐放映游艺场所为歌厅、舞厅、录像厅、夜总会、卡拉OK厅和具有卡拉OK功能的餐厅或包房、各类游艺厅、桑拿浴室的休息室和具有桑拿服务功能的客房、网吧等场所，不包括电影院和剧场的观众厅。本条中的“厅、室”，是指歌舞娱乐放映游艺场所中相互分隔的独立房间，如卡拉OK的每间包房、桑拿浴的每间按摩房或休息室，这些房间是独立的防火分隔单元，即需采用耐火极限不低于2.00h的墙体和1.00h的楼板与其他单元或场所分隔，疏散门为耐火极限不低于乙级的防火门。单元之间或与其他场所之间的分隔构件上无任何门窗洞口，每个厅室的最大建筑面积限定在200 m²，即使设置自动喷水灭火系统，面积也不能增加，以便将火灾限制在该房间内。

采用上述分隔方式将多个小面积房间组合在一起且建筑面积小于200 m²，并看作一个厅室的做法，不符合本条规定的要求。”

5.5.3 点播影院在实际消防设计中可参照执行的相关内容

对于点播影院的消防要求，我们建议从《电影院建筑设计规范》以及《消防建筑设计规范》这两个规范的条文，找到合适的部分来做参考。

《电影院建筑设计规范》以及2015年5月1日实施的《消防建筑设计规范》，对歌舞娱乐放映游艺场所，都有相应的防火等级和消防设施的规范。

5.5.3.1 防火门窗

防火门、窗对防止烟、火的扩散和蔓延、减少损失起重要作用，因此，必须对其有严格要求。《消防建筑设计规范》指出，歌舞娱乐放映游艺场所的要求是：厅、室之间及与建筑的其他部位之间，应采用耐火极限不低于2.00h的防火隔墙和1.00h的

不燃性楼板分隔，设置在厅、室墙上的门和该场所与建筑内其他部位相通的门均应采用乙级防火门。

专业人士分析，KTV 的消防通道需要做专业防火门，而且包厢门不能上锁。有火灾报警系统的大型场所，还需要做防火卷帘。这点可作为点播影院消防规范参考。

5.5.3.2 防火区域

大型电影院区域设置齐全，有观影区、休息区、服务区的划分，其要求是：门厅和休息厅内交通流线及服务分区应明确，宜设置售票处、小卖部、衣物存放处、吸烟室和监控室等。这些区域的划分确保了人员疏散时具有足够空间。但《消防建筑设计规范》对歌舞娱乐放映游艺场所没有明确的公共区域的划分要求，但有疏散区域的要求。

专业人士分析，近年来点播影院的经营门店，基本都有前台、等候区、门口大厅等区域，这些区域都有防火疏散的功能。

5.5.3.3 防火材料

《建筑内部装修防火规范》规定，歌舞厅、卡拉 OK 厅等设置在一二级耐火等级建筑的四层及四层以上时，室内装修的顶棚材料采用 A 级装修材料，其他部位采用不低于 B1 级材料。

专业人士分析：K 房内不能用软包材料，因为 K 房常有吸烟等火警隐患。正常来说顶棚采用 A 级、墙面和地面采用 B1 级即可。点播影院的房间为了更好的消音处理，可以使用声学材料，如穿孔吸音板、空间吸声体等，成本也很低廉。至于有些经营业主在包厢铺设厚厚的绒毛毯子，难免不能符合防火标准。

5.5.3.4 防火设施

《消防建筑设计规范》8.3.4 规定，设置在地下或半地下或地上四层及以上楼层的歌舞娱乐放映游艺场所（除游泳场所外），设置在首层、二层和三层且任一层建筑面积大于 300 m²的地上歌舞娱乐放映游艺场所（除游泳场所外），应设置自动灭火系统，并宜采用自动喷水灭火系统。

专业人士分析：参照这条规定，点播影院店面在首层、二层和三层，面积小于 300 m²，不需要设置自动灭火系统。但是如果面积大于 300 m²，就需要设置自动灭火系统，并宜采用自动喷水灭火系统。另外，地下或半地下或地上四层以上楼层的经营门店，都需要设置自动灭火系统，并宜采用自动喷水灭火系统。

5.5.3.5 报警系统

《消防建筑设计规范》8.4.1 规定，歌舞娱乐放映游艺场所应设置火灾自动报警系统。KTV 发生火情时，KTV 系统会切换至火警疏散画面与语音提示状态。而走廊、走道等公共区域，都会安装消防广播。这样室内室外的人员，都可以接收到火警提示，并根据疏散指令进行逃生。

专业人士分析：点播影院设置火警疏散画面及消防广播非常必要，技术上容易实现，而且也不复杂。对一些包厢多的门店而言，火警发生时的通知与广播，非常重要。

5.5.3.6 疏散通道

《电影院建筑设计规范》以及 2015 年 5 月 1 日实施的《消防建筑设计规范》等国家标准，对于疏散都有明确要求。《消防建筑设计规范》第 5.5.13 规定，设置歌舞娱乐放映游艺场所的建筑，其疏散楼梯，除与敞开式外廊直接相连的楼梯间外，均应采用封闭楼梯间。

《消防建筑设计规范》规定经营场所应具备消防应急照明、疏散指示设施。而对于疏散通道的宽度也有要求：第 5.5.21 规定，歌舞娱乐放映游艺场所中录像厅的疏散人数，应根据厅、室的建筑面积按不小于 1.0 人 / m² 计算；其他歌舞娱乐放映游艺场所的疏散人数，应根据厅、室的建筑面积按不小于 0.5 人 / m² 计算。

专业人士分析：过去有些点播影院建设在老建筑里，这些老建筑要么缺乏疏散楼梯，要么是疏散楼梯间并不封闭，这显然无法达到消防要求。这也是很多老建筑不容许做经营性娱乐场所的原因。

表 5.5.21-1 每层的房间疏散门、安全出口、疏散走道和疏散楼梯的每 100 人最小疏散净宽度 (m/百人)

建筑层数		建筑的耐火等级		
		一、二级	三级	四级
地上楼层	1~2 层	0.65	0.75	1.00
	3 层	0.75	1.00	—
	≥4 层	1.00	1.25	—
地下楼层	与地面出入口地面的高差 $\Delta H \leq 10\text{m}$	0.75	—	—
	与地面出入口地面的高差 $\Delta H > 10\text{m}$	1.00	—	—

这点对于观众偏少的点播影院而言，基本都符合要求

5.5.3.7 疏散门

《消防建筑设计规范》第 5.5.15 规定，公共建筑内房间的疏散门数量应经计算确定且不应少于 2 个。歌舞娱乐放映游艺场所内建筑面积不大于 50 m²且经常停留人数不超过 15 人的厅、室，可设置 1 个疏散门。而且经营场所和疏散门直接的距离也有要求。

专业人士分析：小规模点播影院，一个疏散门就足够。但一些大型的点播影院，应根据其规模对应的指标要求来设置疏散门。

表 5.5.17 直通疏散走道的房间疏散门至最近安全出口的直线距离 (m)

名称		位于两个安全出口之间的疏散门			位于袋形走道两侧或尽端的疏散门			
		一、二级	三级	四级	一、二级	三级	四级	
托儿所、幼儿园 老年人建筑		25	20	15	20	15	10	
歌舞娱乐放映游艺场所		25	20	15	9	—	—	
医疗 建筑	单、多层	35	30	25	20	15	10	
	高层	病房部分	24	—	—	12	—	—
		其他部分	30	—	—	15	—	—
教学 建筑	单、多层	35	30	25	22	20	10	
	高层	30	—	—	15	—	—	
高层旅馆、展览建筑		30	—	—	15	—	—	
其他 建筑	单、多层	40	35	25	22	20	15	
	高层	40	—	—	20	—	—	

5.5.3.8 治安要求

点播影院在治安方面最大一个争议点，就是是否需要设置透明窗。国内的 KTV、酒吧等消费娱乐场所，要求包厢的房门都不能上内锁，需要具有门总面积三分之一的透明观察窗。这是公安部门对预防黄赌毒等不法行为的有效措施。但是如果对标电影院、录像厅、放映厅等文化娱乐场所，却并无强制规定。

专业人士表示：过去很多小影吧包厢采用密闭门，导致存在一些不健康现象的隐患。近年来，很多新开设的点播影院门店，都自觉采用了包厢门留透视窗这种设计。这对于经营者来说，有更好的治安管控，而消费者也都普遍能够接受。但如果透视窗过大，会影响观影效果。因此很多经营业主都把透视窗缩小，位置上移，一来保证能起到透视作用，二来也不影响顾客观影。至于公安机关对点播影院的透视窗要求如何，还需确认。



6 点播影院经营状况及用户消费需求调查

6.1 点播影院业主经营状况分析

点播影院在国内市场经历了较长时间的发展，其中有多段时间，各地门店的经营状况有所区别：

6.1.1 2012-2014 年，低投入高增长高回报时期。

虽然点播影院在更早时期已经出现，而较为形成规模效应，是在 2012-2014 年这一期间。这一阶段基本上属于行业兴起的红利时期，而典型的地区主要是长沙及周边城市为主。当时很多门店的投入仅有 20-30 万元，包厢大多为 6-10 个，由于个性观影的新颖和市场稀缺，许多门店的包厢每天能播放 2-3 轮次，每次收费 60-100 元。单个房间每天营收达 300 元以上，总营收达 2000-5000 元。每月营收 6-10 万元。三个月基本就收回投资，半年就得到可观的盈利。有很多投资业主根本不懂电影，不懂门店经营，只是听说做“私人影吧”能赚钱，而投资额又不高，就贸然投资了。当时的营业状况，在长沙及周边地区能达到 80% 盈利、20% 不盈利的幅度。

6.1.2 2015-2016 年，高投入高竞争低回报时期。

由于榜样效应，市场迅速进入竞争态势。长沙五一广场等周边写字楼甚至一栋楼

分布了五六家观影门店，一个商圈周边盘布三五十家门店。如此激烈竞争导致众多门店纷纷降价揽客，从 19.9 元到 9.9 元观影，长沙地区低端门店入不敷出的现象频频出现。很快，整个市场迅速进入到 20% 盈利，而 80% 不盈利的状况。当然，这一时期由于有多家连锁品牌出现，在开店及经营方面有比较成熟的模式，而且也基本避开竞争区域，如在武汉、广州、上海、太原等城市为主，这些连锁门店在经营收益账面上不至于太差。但是连锁品牌的门店投资额都比较高，回报期普遍拉长。

6.1.3 2017-2018 年，低增长缓投入缓回报调整时期。

由于行业规范化进程，一部分不熟悉电影不懂经营的早期业主退出市场。一些有意继续经营的个体业主，基本上被连锁品牌收编，未收编的也要考虑挂靠点播院线，获取片源内容。2017 年全年各城市新开店面极少，增速缓慢。单店投资额增高，回报期长。由于连锁品牌的经营意识和经营手法普遍在行业扩散，整体的盈利情况略有回升。其中连锁品牌门店的盈利情况能达到 60%-70% 之间，个体门店的盈利情况在 50% 左右。

6.1.4 2019 年及以后，可能进入高增长高投入长回报发展期。

预计在规范之后，行业成为新的风口，大量投资涌入，行业再度出现短期炙热情况。连锁品牌的幕布数量快速增加，拥有数百家过千家门店的品牌陆续出现，整体市场的规模激增。影片贴片广告、电影衍生品、点播影院空间利用等多种多样的经营模式被开发和扩散，成为资本市场“讲故事”的资源。但是经营效益方面，可能有些能短期赚钱，更多的是将回报期拉长，甚至可能出现长时间不盈利，但是规模不断做大，估值不断增加，成为“独角兽”直至登陆资本市场的情况。

6.2 点播影院门店开发客源的方式

在过去几年来，点播影院门店在客源拓展方面采取过一些方式，也取得一定的经营效果，可以作为参考：

6.2.1 门店顾客来源比例

25-35%：团购网站（美团、大众为主）

50-60%：自有会员

15-20%：散客

虽然各家情况不同，但是会员消费，总体而言是一半以上，到六成之间。剩下团购网站占比较多数，一些介绍来的散客、新顾客则占比较少。也就是说，发展会员，

成为了各家门店重要的手段。毕竟，会员已经预先交了款，在所属门店观影可以优惠打折，成为顾客优先消费的对象。

6.2.2 门店发展会员及营销推广手段

派宣传单。（20%的门店派过传单，但效果不佳。）

媒体推广。在本地媒体（微信公众号、网站）进行宣传。（30%的门店与本地媒体进行过合作，效果各异。）

公众号推广。在自家公众号发布信息，资讯。（90%的门店都有公众号，20%的公众号没有运营，只有自动回复。）

店内招募。在店里进行宣传，招募。（这个家家都有做，基本达到100%。）

活动策划：举行观影会、相亲会等活动。（超过60%门店有举行活动。）

6.2.3 门店会员卡定价

60%的门店，会员卡价格都采用这个方案：300元为普通会员，1000元为高级会员。普通会员与高级会员享受的折扣与送礼，略有差别。

10%的门店，会员卡价格为100元起步。

10%的门店，会员卡1000元起，有代金券送。

10%的门店，会员卡分500元和1000元两档。

还有少量门店，采用充300送30，充500送80等手法。也有些门店的办卡级别去到1000元、2000元甚至3000元以上，然后给予对应的优惠折扣。

6.3 点播影院用户消费需求调查

影音中国对于观众的观影行为进行过调查，相关数据如下：

6.3.1 消费者一年的观影投入：

A、100元以下占11.4%；

B、100-200元占34.3%；

C、200-500元占28.6%；

D、500元以上占25.7%。

6.3.2 消费者到点播影院消费，主要的消费目的为：

A、回顾一些没来得及看的经典影片占28.6%；

B、谈恋爱，需要私密观影空间占31.4%；

- C、家庭朋友聚会、亲子娱乐占 14.3%；
- D、自己热爱电影占 25.7%。

6.3.3 消费者到点播影院观影，其购票途径有：

- A、美团大众点评、百度糯米等网络购票占 42.9%；
- B、现场购票占 34.3%；
- C、加入点播影院会员，日常按会员消费占 14.3%。
- D、其他占 8.5%（如朋友请看电影等。）

6.3.4 消费者到点播影院消费，与在大电影院最大的区别是（多选）：

- A、点播影院私密性好，大电影院太嘈杂占 57.1%；
- B、点播影院音质、画质的观影体验比大电影院效果更好占 57.1%；
- C、点播影院装饰氛围好，看电影有感觉。大电影院缺乏这种氛围占 60%；
- D、点播影院能看经典老片，大电影院看不到占 62.9%。

6.3.5 对文化娱乐场所消防治安需求设置透明窗，消费者的态度是：

- A、不能接受，这样观影没有了私密性占 25.7%；
- B、可以接受，更有利于治安管理占 40%；
- C、无所谓，我只是来看电影的占 34.3%。

6.3.6 与大电影院相比，消费者对点播院线的票价接受度是：

- A、点播影院票价应该比大电影院低占 20%；
- B、点播影院票价可以与大电影院持平占 28.6%；
- C、能接受点播影院票价比大电影院贵 20% 以上占 37.1%；
- D、能接受点播影院票价比大电影院贵 50% 以上占 11.4%；
- E、能接受点播影院票价比大电影院贵 100% 以上占 2.9%。

6.3.7 对于点播影院的配套消费，消费者的关注点是：

- A、小吃、咖啡等一定要做出特色占 31.4%；
- B、无所谓，只要有小货柜可以自助购买就行了占 37.1%；
- C、不需要配套，经常自己带饮料小吃去占 28.6%；
- D、其他配套占 2.9%。

6.3.8 点播影院规范之后，消费者预计的消费频率是：

- A、没计划，可能不会去观影占 2.9%；

- B、一年观影两 three 场以内占 40%；
- C、一年观影五六场以上占 31.4%；
- D、一年观影十场以上占 25.7%。

7、点播影院、点播院线的行业前景、风险可能及发展趋势

7.1 点播影院行业前景分析

《规定》出台之后，行业普遍认为，规范化之后的点播影院 / 点播院线，很可能将激发整个产业链的全面推进，从而为市场带来系统化的扩张。

其一：政策的推动。影音文化娱乐产业的发展和相应经营数据的提升是政府积极推动的目标，政策的支持和鼓励，将推动内容、发行、系统、设备、运营等各个环节不断增强投入，形成具有活力的产业链，自然也会引发一轮市场效应。

其二：片方或院线的推动。电影制作方、出品方为争夺点播影院的市场，必然也会深度切入市场，加大参与力度，促进点播影院市场发展。而在传统院线层面，也加快推出 2 人、4 人、7 人等小规模 VIP 观影厅，如华谊兄弟的电影汇、耀莱成龙尊荣影城等。虽然它们定位为“高端影院”，并采用同步片源。但其经营模式更靠近点播影院，客观上也是推动点播影院这种个性观影娱乐的发展。

其三：点播影院连锁品牌的推动。不同的连锁品牌，有不同的经营特色，会在经营领域深挖潜力，增加用户黏性，以吸引更多的观众到点播影院里观看。

其四：平台的推动。点播影院规范化之后，除了美团、大众点评等团购网站，以及淘票票、猫眼电影等在线平台之外，相信也将衍生出更专业的服务平台进入，在“产业链企业↔门店”以及“门店↔观众”等环节上，起到推动作用。

其五：点播影院自身的推动。规范化之后，更多经营者将不再顾虑，行业的规模和格局有望不断提高，业主们身份转正后，也可以加大宣传力度，创造更多经营模式。

其六：资本推动。外围资本对点播影院行业睽觑已久，规范化之后，可能会从上游的片源供应、中游的系统设备、下游的门店经营，乃至至于外围的服务平台、传播平台等，全方位切入。而且资本的思维模式就是：一旦证实该商业模式可行，将会迅速复制，深度占领。对整个行业带来核聚变效应。

7.2 点播影院行业挑战及风险可能

规范之前，点播影院行业野蛮生长，特别是在市场刚起步的消费红利期，很多经营门店投资少回报快，很多业主甚至对电影不熟悉，对门店经营也不熟悉，仅仅是手里有一点闲余资金就开店了。但规范之后，整个市场迈入系统化的竞争轨道，拼人才、拼资源、拼智慧，甚至拼资金投入。与发展机遇相比，也存在成本增加而风险可能。

7.2.1 经营门店的三大显性成本

其一：硬件成本。点播影院的放映系统设备有一定的技术标准和要求。现有的经营门店，要在硬件设备上升级到符合规范，有可能要增加投入。

其二：软件成本。《规定》要求，点播影院的片源必须来源于点播院线，点播院线可能会在一些片源上向点播影院收取费用，点播影院门店的运营成本必然增加。至于要交多少费用，还取决于各个点播院线的政策。

其三：运营成本。点播影院市场在规范之后，将会越来越成熟。懂电影、懂经营将是做好经营的重要基础。门店管理、人员培训、客源拓展等运营层面的投入都会相应增加。

7.2.2 行业风险可能

点播影院虽然经过市场多年探索，有了较为扎实的市场基础。但是在规范之后，高速发展的情况下，也可能会有有一定风险隐存。

其一：开店环境风险。如大城市里过快上涨的物业租金成本、城乡人口的规模化迁移等客观条件，会对门店经营带来经济形势的风险。

其二：激烈竞争风险。在区域市场开店过于密集的情况下，为了争夺市场，抢占规模效应。一些资本雄厚的品牌，可能会采取“地推战”“补贴战”等手段，挑起市场竞争，抢夺有效客源。一些个体门店或许会在竞争中落败而难以为继。

其三：经营风险。基层经营者及从业人员对电影不熟悉、缺乏经营理念、缺少经验等主观条件，都对点播影院行业发展带来了较大的挑战。

其四：其他风险。经营业主对影音设备及技术普遍不熟悉，可能存在商家以次充好的骗局，或者加盟连锁的骗局，不法商家在非规范条件下运营造成事故引起行业震动等等风险，都有可能存在，需要业主谨慎留意。

7.3 点播影院市场发展趋势分析

根据行业里最近一两年来交流探讨，特别是各专业人士参考国内外市场的状况，对于点播影院未来发展的趋势，大致有以下观点：

其一、中外票房结构比对，显示点播影院还有更大发展空间。国外成熟的电影票房市场，是头轮票房占 20-30%，后电影市场占绝大部分。而目前国内头轮票房占了 80% 甚至更多，后电影市场占少数。如果把后电影市场份额提升，总体票房规模将很快逾越 1000 亿以上。而点播影院将是后电影市场重要的模式。这意味着点播影院市场有巨大的发展空间。

其二、从用户需求本质来看，泛娱乐个性观影市场方兴未艾。业界对点播影院关注的消费需求及消费行为有长期的研究，在不同时期的行业峰会、论坛上均有行业人士提及并分析。认为泛娱乐的消费形式，个性观影的服务，是基于社交、基于观影、基于聚会等方面的根本性需求，容易结合互联网+及新媒体的传播效应，比之大电影及 KTV 等文化娱乐形式，有本质不同。目前而言，消费者对点播影院的认可度较高，只是整个用户市场对于点播影院认知度还比较低，一旦提升认知度，将对市场有极大促进作用。也有观点认为：三四线城市娱乐项目较少，而物业租金及人力成本也较低，有利于发展点播影院业态。总体而言就是，点播影院这一块市场还是方兴未艾的蓝海市场。

其三、电影配套消费、电影衍生品等非票房收入，更注重在点播影院得到体现。按照当前的相关数据，传统院线主要的收入来自于票房，约占总收入 70% 左右。加上爆米花、饮料等配套消费，以及贴片广告，基本上达到 95% 以上。而点播影院中，社交、聚会的目的性甚至强于观影，观众在饮品等配套消费上更舍得出钱。根据调查，点播影院的配套消费占比达 35%-40% 之间，有的甚至与票房持平。因此，为电影提供配套消费的品牌、电影衍生品等企业，会更加注重培育点播影院的市场，从而促进点播影院的更快发展。

其四、其他相关因素，促进点播影院市场发展。如风险投资对点播影院的参与不断加强，形成风口效应，也会快速推动行业发展。另外节假日因素、票房大片效应、热门 IP 效应等，也会对点播影院市场带来推动因素。

8、当前市场主流的点播影院 / 点播院线相关品牌及产品推荐。

8.1 连锁点播影院品牌

点播影院品牌受市场影响，有此起彼伏之态势，而连锁的点播影院品牌经营较为稳定，据不完全统计，目前市面上存续经营的具有多家门店的点播影院品牌大概有：艾米 1895、爱奇艺一起看微影院、乐汀私人银幕、青柠影咖、聚空间私人影院、聚影咖、爱沫私人影院、BFC 暴风超感私人影院、微影时光、爱沫私人影院、盛影时代、有戏私人影院等。

影院式足浴较为知名的有：金色印象、华夏良子、合和大唐、徽韵足典、七朵莲花、鸿喜族、山里娃、云龙轩、奇境、儒之堂、御江南、怡水园、家富富侨、和毅足道、天之道、臻品足道、贞观足道、宁波足浴印象、足本纪、富泉汇等等。

影院式酒店品牌较为知名的有：爆米花、梦惟、有戏、影宿、来电等。

8.2 点播院线及系统解决方案提供商

目前，国内一批点播影院系统解决方案提供商的票务系统获得全国点播影院服务管理信息系统平台成功对接。其中有：网尚数字院线、影太极、风霆迅、乐映点播院线、威动影院系统、爱奇艺电影院线、碧维视、暴风点播院线、百视通院线、航天未来点播影院系统、尚幕院线、1905 数娱平台、艾美点播院线、中广电传媒等。

8.3 点播影院系统及相关设备品牌与产品

8.3.1 目前现有（尚未经规范确认）点播影院常用视频设备的品牌有：

投影机：爱普生、索尼、明基、奥图码、优派、NEC、丽讯、中科极光、松下、坚果、极米、夏普等。

幕布：ISKscreen、XY 雄云、经科、美视、OS、白雪、幕工坊、亿立等。

8.3.2 目前现有（尚未经规范确认）点播影院常用音频设备品牌有：

JBL、杰士 Klipsch、天龙、安桥、雅马哈、天逸、ENNE、音范、米图 MT、唯妙、POLINA、众声、菱杰、锐榜、百里登等。

8.3.3 目前现有点播影院常用其他设备有：

展翼沙发、索菲尼沙发、艾丽森沙发、纽沃德沙发、猛犸机柜等。

附一： 2018 年以前开设的点播影院 / 泛娱乐观影案例分享

附 1 点播影院案例

附 1.1 iMovie 网尚数字影城苏州泰华店



经营特点：2 个 44 座院线同步影厅、5 个主题厅、11 个标准包厢、2 个普通影 K 厅、1 个豪华 Party 厅。面积超 1000 m²，有书吧及艺术空间等。

视听设备：同步厅采用中影 Barco 的系统；其他厅采用艾美播放系统、优派投影机、白雪幕布、雅马哈功放、湖山音箱等。

附 1.2 BFC 暴风超感影院广州大元帅府旗舰店



经营特点：28 个观影厅，最小 2 人，最大 8 人。

视听设备：暴风点播系统、Quake 4D 体感座椅、ENNE 音频设备、爱普生投影机。

附 1.3 爱奇艺一起看上海嘉杰微影院



经营特点：200 m²大厅和 15 间包间，其中VIP 厅一间，可容纳 15-20 人观影唱 K；大包一间，中包 4 间，小包 9 间。能同时容纳 60 多人观影。

视听设备：爱奇艺播放系统、爱普生投影机、明基投影机、JBL 音响、雅马哈功放等。

附 1.4 北京阿里云优客工场微影时光·会员制点播式私人影院



经营特点：两个观影厅，仅对会员营业。

视听设备：暴风点播系统、百里登音箱、马兰士及天龙功放、爱普生投影机等。

附 1.5 中山小马映画微影院



经营特点：11 个观影包厢风格各异，1 个休闲大厅。

视听设备：影太极点播系统、奥图码投影机、JBL/ 雅马哈音响、天龙功放等。

附 1.6 聚空间杭州大学城店



经营特点：15 个包厢，1 个大厅，有上网、桌球、阅读、茶点、观影等功能。

视听设备：Juspacesw200 播放系统、天逸音箱功放、爱普生投影机等。

附 2 影 K 案例

附 2.1 K 影 Patty 惠州麦地店



经营特点：32 个 K 歌包间，6 个影 K 包间。

视听设备：影太极点播设备、视易网络版点歌机、夏普投影机、亿立幕布等。

附 2.2 湖北“梦境”主题影院



经营特点：7 间影 K 房，4 间纯观影房。

视听设备：威动播放系统、众声音响等。

附 2.3 福州“音乐一百度”泰禾店影 K



经营特点：44 个包厢，8 个被改造为影 K 包厢，其余为 KTV 包厢。

视听设备：乐豪影 K 一体化音箱、视易系统，天逸功放、丽讯投影机 etc.

附 3 影院式足浴案例

附 3.1 金色印象重庆九龙坡南方花园会馆店



经营特点：40 余个沐足观影包厢

视听设备：金色印象一体式影音播放设备、明基投影等。

附 3.2 足本纪养生会所银泰旗舰店



经营特点：21 个房间开辟“足浴 + 观影”体验。

视听设备：甲谱播放系统、丽讯投影机、雅马哈影音系统等。

附 3.3 宁波足域印象城市摩尔店 / 轻纺城店



经营特点：城市摩尔店 31 间房，轻纺城店 32 间房，均采用足浴 + 观影模式。

视听设备：碧维视点播设备、明基投影机、XY 幕布、雅马哈音频等。

附 3.4 宁波富泉汇足浴影院



经营特点：房间采用足浴 + 大屏幕观影体验服务。

视听设备：威动点播影院足浴系统、宏碁投影机、猛力士音响等。

附 4 影院式酒店案例

附 4.1 株洲好莱坞电影主题酒店



经营特点: 29个套房采用“铁达尼号”等电影主题风格装修。住客可在房间欣赏电影。

视听设备: 碧维视播放设备、奥图码投影机、XY幕布等。

附 4.2 烟台丰禾上谷巨幕影院酒店



经营特点：45 个房间，以不同电影主题装潢，兼具酒店和观影功能。

视听设备：碧维视酒店影院系统、爱普生投影机、波士顿音箱、JBL 低音炮及天龙功放等。

附 5 其他泛娱乐观影案例

附 5.1 岳阳新世奥电竞生活馆



经营特点：集影吧、电竞、VR、台球、咖啡、直播为一体的新型多元娱乐综合体。

视听设备：威动播放系统、爱普生投影机、XY 幕布、雅马哈音响、天龙功放等。

附二： 点播影院、点播院线管理规定

第一章 总 则

第一条 为促进电影产业健康繁荣发展，弘扬社会主义核心价值观，规范电影产业新业态，丰富人民群众精神文化生活，根据《中华人民共和国电影产业促进法》和《电影管理条例》，制定本规定。

第二条 从事点播影院、点播院线电影放映、发行活动，适用本规定。

本规定所称点播影院，是指在电影院和流动放映活动场所之外，为观众观看自选影片提供放映服务经营活动的文化娱乐场所。

本规定所称点播院线，是指由一定数量的点播影院组成，拥有一定数量影片的发行权，并对所辖点播影院的电影放映活动提供影片、实施运营管理的发行企业。

第三条 从事点播影院、点播院线电影放映、发行活动，应当遵守宪法和有关法律、法规，坚持为人民服务、为社会主义服务，坚持社会效益优先，实现社会效益与经济效益相统一。

第四条 国务院电影主管部门负责全国点播影院、点播院线电影放映、发行活动的监督管理工作。

县级以上地方人民政府电影主管部门负责本行政区域内点播影院、点播院线电影放映、发行活动的监督管理工作。

第二章 业务许可

第五条 企业、个体工商户设立点播影院，应当向所在地县级人民政府电影主管部门提出申请，并应当符合以下条件：

- (一) 放映设备、放映质量和计费系统符合国务院电影主管部门规定的技术规范；
- (二) 所设单个影厅的银幕宽度不超过 6 米，观众有效座位数不超过 20 个；

(三) 有拟加入的点播院线或者处于筹建期的点播院线；

(四) 法定代表人或者主要负责人未处于电影从业禁止期间。

第六条 企业设立省内点播院线，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府电影主管部门提出申请；设立跨省点播院线，应当向国务院电影主管部门提出申请；并应当符合以下条件：

(一) 有与其业务相适应的影片来源；

(二) 计费系统符合国务院电影主管部门规定的技术规范；

(三) 法定代表人或者主要负责人未处于电影从业禁止期间；

(四) 省内点播院线所辖点播影院数量不少于 30 家，跨省点播院线所辖点播影院数量不少于 60 家。

只符合前款第一项至第三项条件的，由有关电影主管部门发给有效期为三个月的同意筹建证明文件。筹建期间内达到前款第四项条件的，方可向有关电影主管部门申请颁发许可证件。

第七条 电影主管部门应当依照《中华人民共和国电影产业促进法》第二十五条的规定，对符合条件的点播影院，颁发电影放映经营许可证；对符合条件的点播院线，颁发电影发行经营许可证。

第八条 点播影院变更其所加入的点播院线或者处于筹建期的点播院线的，应当向原发证机关重新申请核发电影放映经营许可证。

第九条 点播影院的电影放映经营许可证和点播院线的电影发行经营许可证的有效期为两年。

第三章 经营规范

第十条 国务院电影主管部门建立全国点播影院经营管理信息系统和影片著作权授权信息公示查询系统。

第十一条 县级人民政府电影主管部门应当自颁发电影放映经营许可证之日起 10 日内，向省、自治区、直辖市人民政府电影主管部门报送相关审批材料。

点播影院应当自经许可设立之日起 10 日内，将许可的相关信息报送所加入的点播院线。

第十二条 点播院线负责在全国点播影院经营管理信息系统上办理注册登记，申请点播影院编码。

省、自治区、直辖市人民政府电影主管部门应当自收到相关材料之日起 10 日内，依据所报材料对全国点播影院经营管理信息系统所载点播影院相关信息进行核对。核对无误的，依点播院线申请向其发放所辖点播影院编码。

第十三条 省、自治区、直辖市人民政府以上电影主管部门应当自颁发电影发行经营许可证之日起 10 日内，在全国点播影院经营管理信息系统上办理注册登记，并向点播院线发放点播院线编码。

第十四条 点播影院编码、点播院线编码是电影主管部门对点播影院、点播院线实施管理的唯一数字标识。

第十五条 点播院线负责向所辖点播影院提供影片。

点播影院不得放映所加入的点播院线发行范围之外的影片。

第十六条 点播影院放映和点播院线发行的影片，应当依法获得电影公映许可。

第十七条 点播院线发行的影片，应当依法取得著作权人许可其在点播影院放映的授权。

点播院线应当及时将影片著作权授权状况上传至影片著作权授权信息公示查询系统。

第十八条 电影著作权人对其作品由电影院进入点播影院放映的期间有限定的，点播院线在限定期间不得发行。

第十九条 点播影院应当合理安排由境内法人、其他组织所摄制电影的放映场次和时段，并且放映的时长不得低于年放映电影时长总和的三分之二。

第二十条 点播影院不得在同一影厅内开展电影院的电影放映活动。

第二十一条 点播影院应当遵守治安、消防、公共场所卫生等法律、法规规定，维护放映场所的公共秩序和环境卫生，保障观众的安全与健康。

第二十二条 点播影院、点播院线应当加强计费系统和放映系统设备的日常维护，确保电影放映质量。

第二十三条 点播院线负责对所辖点播影院的制度建设、放映内容和质量管理、技术系统建设和运行维护、数据报送、人员培训等运营活动实施管理。

第二十四条 点播影院应当按照所加入点播院线的要求，按时报送相关经营数据。

点播院线应当按照国务院电影主管部门的要求，将所辖点播影院的经营数据上传至全国点播影院经营管理信息系统，纳入电影销售收入统计。

第四章 监督管理

第二十五条 电影主管部门应当加强对点播影院、点播院线的日常监督管理。

电影主管部门的工作人员依法履行监督检查职责时，点播影院、点播院线应当予以配合并提供必要的技术支持，不得拒绝、阻扰。

第二十六条 电影主管部门应当记录监督检查情况和处理结果，并定期向社会公布有关执法情况。

第二十七条 任何单位或者个人发现点播影院、点播院线有违反本规定行为的，有权向电影主管部门投诉、举报。

第二十八条 电影主管部门应当分别建立点播影院、点播院线违法行为警示记录档案，并向社会公布；对列入警示记录的点播影院、点播院线，应当加大监督检查力度。

第二十九条 点播影院、点播院线行业协会应当依照章程规定，制定行业自律规范，指导和推动点播影院、点播院线依法规范经营。

第五章 法律责任

第三十条 违反本规定，擅自从事点播影院、点播院线电影放映、发行活动的，依照《中华人民共和国电影产业促进法》第四十七条的规定予以处罚。

伪造、变造、出租、出借、买卖或者以其他形式非法转让有关电影放映、发行许可证件，或者以欺骗、贿赂等不正当手段取得上述许可证件的，依照《中华人民共和国电影产业促进法》第四十八条的规定予以处罚。

第三十一条 违反本规定，放映、发行未获得电影公映许可的电影的，依照《中华人民共和国电影产业促进法》第四十九条的规定予以处罚。

第三十二条 违反本规定，有下列行为之一的，依照《中华人民共和国电影产业促进法》第五十一条的规定予以处罚：

- (一) 制造虚假交易、虚报瞒报销售收入，扰乱电影市场秩序的；

(二) 在电影开始放映之后至放映结束前放映广告的。

第三十三条 违反本规定，有下列行为之一的，由县级以上人民政府电影主管部门责令限期改正，给予警告，可以并处 3 万元以下的罚款：

(一) 未按时办理点播影院编码、点播院线编码登记的；

(二) 点播影院放映所加入点播院线发行范围之外的影片的；

(三) 点播院线未按时报送经营数据的；

(四) 点播影院在同一影厅内开展电影院线的电影放映活动的；

(五) 点播院线未有效履行运营管理职责，致使所辖点播影院出现违法行为的；

(六) 点播影院、点播院线未按照点播影院技术规范的要求选用计费系统和放映系统设备，放映质量不达标的。

第三十四条 点播影院、点播院线违反著作权法律法规的，由著作权行政管理部门依法予以处罚；情节严重的，由原发证机关吊销许可证。

第六章 附 则

第三十五条 本规定未尽事宜，适用《中华人民共和国电影产业促进法》和《电影管理条例》的有关规定。

第三十六条 境外资本从事点播影院、点播院线电影放映、发行活动的，参照国家有关电影院、电影院线外资准入的规定执行。

第三十七条 公益性点播影院、点播院线的业务许可、经营规范和监督管理参照本规定执行。

第三十八条 本规定自 2018 年 3 月 30 日起施行。

编后语：

《2018 中国点播影院、点播院线行业发展白皮书》的编写，其内容资料更多是来自于《家庭影院技术》杂志社 / 影音中国在影音行业 20 多年的积累，特别是自 2015 年至 2017 年近三年间，组织策划的多场交流活动，众多嘉宾所分享的大量数据与观点，特别是近年来影音中国策划的一系列专题文章，以及众多行业人士投稿所提及的信息。也有部分数据来源于网络搜索。图片素材来源于影音中国近年来整理发布的案例。当然编写过程中，也征询了部分行业专业人士的意见，完善了有关的数据和观点，在此表示感谢。

行业人士比较关注的行业数据，我们在编写过程中，也尽量作了搜集整理。由于这一块市场处于动态变化中，所以我们获取的同一项目，不同的数据来源，会有所差异。我们也是采信其中一个数据来源，作为参考。当然，行业读者对一本白皮书的期待，更多的是希望了解现状、了解趋势，以及了解如何实施等方面的内容。因此，本书在有关点播影院的实施方面，即第六、第七、第八篇章方面，费了更多的笔墨。

本书的撰写时间比较仓促，所获取的资料来源也还不够广阔，因此其中所阐述的观点或罗列的数据，难免不够详实或者出现错误，我们非常欢迎广大读者朋友对本书提出意见。在充分校正之后，我们可以推出本书的修订版，给与行业读者更准确的参考。

谢谢大家！

指导：陈晓筱

策划：谭锐明

主编：李佰忠

编辑：贺浩、李玮盛、邓冠奇

美编：黄胜海

顾问：(按拼音为序) 郭宏亮、胡朝荣、姬佩、隋杰、姚钦荣、俞哲、周哲生