

关于电影院设计中的几个问题的探讨

李正胜

上海琅祥建筑设计咨询有限公司

DOI:10.12238/bd.v4i8.3481

[摘要] 电影院设计因其特殊的工艺和功能要求,成为一个相对独立的设计类型,关于电影院设计和建设中的问题,大量的电影相关从业人员做了很多细致的研究。随着电影院市场竞争的加剧及电影摄制和放映技术的革新,电影院设计中面临的功能和运营需求都出现了许多新的变化,本文就这一变化带来的部分设计问题,做一个简单的梳理和介绍。

[关键词] 电影院设计; 观众厅布置; 变化

中图分类号: J946 **文献标识码:** A

1 电影放映市场的变化及电影摄制和放映方式的变化

1.1 电影院竞争的加剧

随着近20年的新一轮电影院建设,我国人均银幕数量得到了极大的提升。据统计,2009年我国平均13万人拥有一块银幕,电影总票房为62.06亿元人民币,同期美国平均8000人拥有一块银幕,电影总票房为106亿美元。我国人均拥有的银幕数约为美国的十六分之一,总票房约为美国的十一分之一。而2018年,经过10年的建设发展,我国总票房609.76亿元人民币,银幕总数60079块。平均约23000人一块银幕。美国同年总票房为119亿美元,电影银幕总数为40575块,平均约8000人一块银幕。我国人均拥有的银幕数约为美国的三分之一,而总票房约为美国的四分之三,可见这一阶段我国电影院建设的经历了非常高速的发展。

这种影院数量和票房的爆发式增长,极大地改变了电影院的市场格局和竞争状态,也促进了传统影院的商业化属性的转变。

早期电影院除了单纯的电影放映之外,常常担负着文化教育和政治宣传的相关功能。这一阶段的电影院通常为独立的单体建筑,拥有一个数百人至千人以上的大厅,除了满足电影放映需求之外,还需要满足大型会议,汇报演出等综

合功能。而近年来在市场大潮的冲击洗礼下,电影院逐渐剥离了电影之外功能及宣教任务,不断地强化发展其电影放映的商业属性,借鉴国外多厅影院和商业综合体相结合的形式,逐渐地形成了商业综合体中附属影院的新的主流建设方式。

1.2 影片数量的增加

自1994年我国开始引进国外大片及建立电影分账制度以来,电影市场被重新激活,大量资金涌入电影市场,从《泰坦尼克号》到《阿凡达》创造了一部部电影票房奇迹。大量的优质且类型各异的影片层出不穷,同期上映影片数量大幅增加。2018年全国总计生产影片1082部,同比增长11.5%^[1],平均每天生产3部影片。很多影片在激烈的电影竞争中,无法占据较好的发展优势,往往在影院一日游或者几日游就下档,在黄金放映周期时间段内,一家影院同时放映的电影多达10余部,在如此激烈的竞争前提下,是否能够得到足够的放映场次和放映排片成为影响电影票房的关键因素。

1.3 电影制作和放映模式的改变

传统电影拍摄和放映都需要使用电影胶片。胶片的制作和运输成本高昂,每部影片的发行胶片数量有限,每家影院只承担1~2部胶片成本,甚至多家影院共用一部胶片供放映使用。随着电影的

数字化拍摄的普及和数字化放映的转变,影片失去了胶片束缚,可以便捷的复制和传输,在短时间多厅内连续放映,大大缩短了电影观影场间等候时间,解决了热映期间放映场次不足的问题。另外,电影的放映模式也从人工放映转换为TMS等自动放映模式,无人放映形式越来越普及。

1.4 售票模式的改变

传统售票方式主要是现场人工售票,需要大量的人力物力,影院设计规范中建议每300~400人设置一个人工售票位^[2]。随着网络售票的迅速发展,大量的票务都由线上售票完成。即便是在电影院内购票,也都可以通过自助售票机,由顾客自助完成购票。近年来线上售票的比例占据影院售票的85%以上。线上售票的实现和放映模式的转变,共同促进了观影等候时间的缩短,避免了客流在影院中短时间内的数量聚集,给电影院大堂空间的功能释放和多样化设计提供了更多的可能。

影院竞争的加剧,上映影片的丰富,电影放映模式的改变,以及售票模式的革新,这些变化和趋势对影院建设起到了较大的影响,改变了传统影院建设的布局和功能方式。下文就其中的几个问题做一个梳理和探讨。

1.5 电影院平面布局的变化

影院的平面布局可以分成两个问题

来讨论:

2 在商业综合体中如何选择影院的区域位置

2.1在这个确定的区域位置内如果合理有效的布置观众厅及放映机房等附属用房

电影院在商业综合体中的选址综合商业体中,根据不同的商铺经营内容,可以分为餐饮,休闲娱乐,百货,儿童教育等不同业态,商业运营会依据该商业体的定位和经营理念,对不同的业态进行布局和组合。商业业态也可以根据消费习惯分为随机性消费商业和目的性消费商业两种类型,随机性消费主要是小型商业,目的性消费则通常是餐饮,超市等需较大面积的主力商业。

目的性消费的商业通常在大型综合体中具有完备业态类型,起到吸引特定客流作用。此类业通常租金较低,坪效及营收能力较弱,一般位于综合商业体中价值较低区域。

影院作为典型的的目的性消费商业,具有商业排他性和调节顾客购物体验 and 休息缓冲的特殊功能和作用,在商业体中的地位就尤为特殊,具有以下几个特点:

2.2低坪效,低租金

电影院在商业中占用的面积通常较大,一般在3000-6000平方左右,有时面积会达到10000平方以上。另外由于电影院的特殊工艺要求,需要较大的层高,(通常净高要求在6-15m)和较多的附属用房,通常会占用商业体两层层高。电影院营收通常是和商业体采用租金加分账模式,但由于前期投资,票房分账,租金和人力成本,以及行业风险等限制,净利润相对较低,营收坪效相比其他业态,很难承担较高的租金要求。

2.3商业引流作用

电影院作为目的性消费的典型商业,常常是综合商业体中的标准配置,此类业态具有特定客群,即便设置于商业体的不利区域,只要引导适当,顾客通常都会找到该业态,完成消费行为。并且在顾客到达影院的过程中,会给途经商业带

来更多的客流量,消除一些商业动线死角,并且带动相应商铺的销售业绩。

2.4优化购物体验

现代综合商业体体量越来越大,甚至会出现面积超过20万平方的巨无霸商业,便于顾客在其中全天候消费停留。在此类大型综合体中,电影院的设置有效地调节了顾客购物消费节奏,顾客可以在长时间的购物餐饮之后,在电影院中观影休憩,优化完善了在大型商业体总的消费体验的全过程。

电影院通常设置于商业体中价值最低区域,既符合影院面积大和租金低的特性,又可以利用电影院的顾客引流功能带动商业体的消费及消除商业厅的商业死角。另外电影院对于长时间消费购物体验的调节作用,也为综合商业体赢得更多的竞争优势。影院在这些方面的作用逐渐被更多的商业运营者所意识到,并在实际操作中,常常会将影院和屋顶花园,博物展览,小型剧场等相结合设置,最终达到一个完美体验的购物过程。

由于上述特点存在,决定了电影院通常被放在相对商业体中顶层,或建筑远端的角落区域,又或者是地下一二层区域。

A顶层设置影院:电影院层高要求对综合商业体影响较大,通常观众厅的高度要求净高在8米以上,巨幕厅对层高的要求甚至达到15米以上,对于商业体来说,提供这么大面积的超高楼层,给建筑结构以及规划,消防等设计都带来很大的影响。将电影院放置在顶层,可以利用局部挑高的方式较好的解决规划问题,另外对于特殊要求的大跨度超高巨幕厅,则可以采取钢结构或其他轻质结构的处理方式解决结构跨度问题。

从商业体和影院的实际运营来说,商业体顶层商业价值通常较低,租金便宜。电影院设置在顶层也有利于有效地引导客流上行,帮助商业体消除客流盲区,符合前文所说的选址中的几项原则。

电影院放在顶层的缺点也很明显。从建筑设计的角度来看,将影院这样的人流

密集业态放置在顶层会加重消防疏散负担,需要足够的楼梯以满足大量客流的疏散要求(影院需要设有独立疏散楼梯)。另外从电影院的运营角度来说,电影院位置过于偏僻,会损失一定的随机消费顾客,且不利于电影院自营的非票收入项目的盈利,对影院的营收有一定的损害。

B地下层设置影院:综合商业体中也经常会选用地下楼层设置影院。商业体的商业价值,通常从一层开始,向上逐层递减,向下同样也是逐层递减,地下二层以下通常就不再布设主力店铺。电影院设置在地下楼层,也符合上述的选址原则。但相较于常规楼层,地下层是商业体的基础结构楼层,限于结构要求,柱网间距和层高都不可能有较大突破,另外根据影院设计规范,影院不得设置于地下10m以下,且相应的防火分区疏散宽度等消防要求也更高。

另外,由于思维定势以及地下空间的幽闭感,很多的顾客不愿下行到地下楼层,虽然商业综合体设计中可以利用扩大中庭,或者下沉广场等多种手段消除地下楼层的幽闭感,但总体而言,电影院布置在地下楼层,对电影院的总体营收有较大的影响。

2.5电影院观众厅的配比及空间布局方式观众厅的配比

多厅影院的观众厅的数目通常不小于6个,观众厅厅数太少则不能满足多部热门影片同时上映的需求,对影院营收能力有较大的影响。观众厅数量的最优配置并不是一个定数,它与影院定位以及具体项目的建筑条件有关。

观众厅按座位数和银幕宽度通常分为大厅(300座左右,银幕宽度16m以上)、中厅(250~150座,银幕宽度12m左右)、小厅(150~100座,银幕宽度10m以下),通常影院会根据自身的不同的体量适当组合大小中厅,比如万达影院观众厅的组合对于小型影院(总座位数不大于700座、不少于4个厅)及中型影院(总座位数701~1200座、5~7个厅)常采用小厅和中厅组成,且小厅多于中厅,按2:1或3:1来组合搭配;对于大型影院(总座位数

1201~1800座、8~10个厅)及特大型影院(总座位数大于1800座、不少于11个厅)可在小厅、中厅按2:1或3:1配比的基础上再设1~2个大厅。这样配置的好处是当新片上映时,影片排片在大厅(或中厅)及几个小厅中同时放映,随着放映周期增长,该片票房呈现下滑趋势后,则将影片改排在小厅中放映,这样始终保持了多部影片同时放映及足够的上座率。^[3]

随着电影院建设的加快,人均银幕数量的大幅增加,电影院竞争加剧,影院在商业中的地位也从特色业态成为必备业态,大量电影院的建设致使影院建设的优越条件逐渐丧失,大型观众厅的建设条件越来越难以满足,观众厅体量逐渐小型化。另外随着观众对电影影片欣赏的多元化,多部热门影片同时上映的情况越来越普遍,也就意味着在同一时刻多个影院放映不同热门影片的需求增加,多厅化成为重要需求。综合以上种种原因,造成了传统的大中小厅的配比方式发生了一定的变化。

2.6 观众厅的空间布局方式

观众厅的布局,可以分为多厅并列式,多厅集中式,多厅垂直式等多种布置形式,组合形式包括T形,1型,U型等,此类相关研究的文章和论述已经非常齐备^[4]。本文不再复述。

从实际项目设计经验来说,电影观众厅组合的总的设计原则可以从几个方面来讨论:

2.7 消防安全

观众厅布置首先应该遵循相应的建筑设计法规,保证消防安全。电影院是人流密集场所,容易出现重大安全事故,一直以来都是消防检查和管理的重点内容。观众厅的数量和布局,首先需要考虑的就是整体消防疏散条件,包括区域内的疏散宽度和该宽度范围可以承载的客流总数。位于三层以上影院,观众厅面积不能大于400平方^[5],在总的疏散能力的基础上,合理布置观众厅。此类法规相对比较繁杂,可以参见相关设计规范。

依照消防优先的原则,将观众厅尽量对称的排布在主入口通道两侧,便于

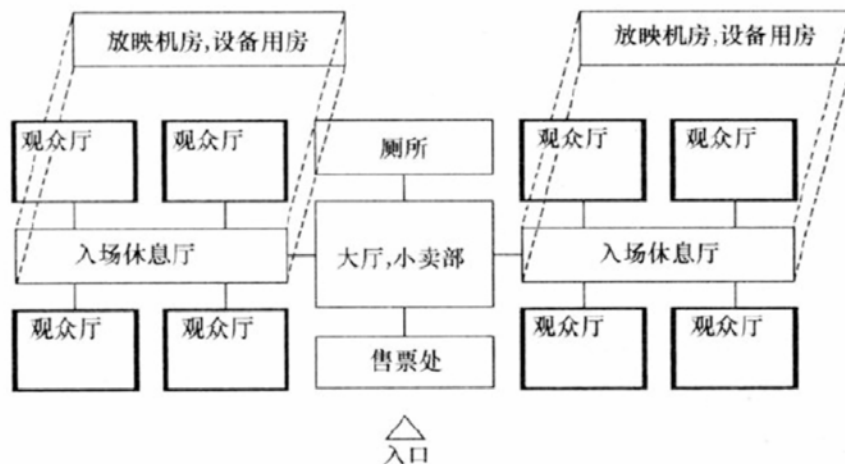


图1 传统影院功能分区^[6]

观众以第一时间辨识自己要进入的观众厅,即缩短了入场时间,有利于增加有效放映时间,也避免了人流大量聚集,减少安全隐患。观众厅中最大的厅应尽量布置在最靠近影院检票口/出入口处,小厅布置在通道的深处,这样设计的目的同样是为了快速疏散和引导观众,避免人流聚集。

当然这些原则在实际运用中会有不同的限制和约束,不一定能很好地实现,但设计中应该时刻具有消防优先的设计意识,保证安全。

2.8 运营需求

实际项目中,对于观众厅的布置方式,也常常取决于影院的经营思路。如前文所述,随着电影院竞争加剧,影片数字化和放映形式的变革,影院的布局形式相应发生了较大的变化。这种变化趋势主要体现在大厅(300座左右)减少,中小厅增加。对于影院总面积较小和座位总数较少的影院,在保证1~2个中厅的前提下应尽量采用多厅化设置方法。除此之外,还有一些新的布局类型:

巨幕厅加多厅模式:

随着影院竞争的加剧,同一区域内影院数量较多,不同的影院在影厅数量和影厅大小的配置上常常有极大的区别。从票房的角度看,拥有巨幕的电影院和没有巨幕的电影院在工作日票房相差不大,顾客更多的是就近观影。但在周末和大片上映期间,拥有巨幕影院的影院票房就和无巨幕影院的影院票房差距急剧相差巨大。从这样的票房变

化中,可以看到巨幕厅的强大的宣传效应和吸金能力。

巨幕厅加多厅模式的观众厅组合方式,在影院总面积较小,投资预算有限的条件下,具有较好的竞争优势,既可以满足一定的观众厅数,也可以对影院的营收能力提供有力支撑。

这种配置方式的影院在热门影片放映期间,可以有效地利用巨幕厅吸引追求观影品质的客户,增强影院竞争力,也可以利用多厅放映最大化地吸收不同观影偏好和黄金时段(6:00pm~8:00pm)内集中涌现的观众。

小厅化/VIP多厅模式:

在一些建筑条件难以满足巨幕厅要求,但商业条件和地段位置优势明显的影院则在尝试高端小型多厅化经营的方式。每个厅的座位数通常在80人以下,银幕的宽度在8~10米。净高约在4m以上。个别厅只有6~8个人。但此类多厅化影院有别于通常的点播影院,提供较高端的观影条件及高级影音设备,虽然不能够提供大的放映银幕,但能够提供更私密和更舒适奢华的环境,以及高端的食物饮品和更加优化的私人化服务。用优质的地段优势或者是商业体的综合品质优势吸引特定顾客。

此类VIP高端包间的形式目前在市场上已经较多的应用,这其中尤其以北京华谊兄弟影院和苏宁影院为代表。

除此之外有很多对影院其他形式的探索项目出现,比如三克印象影院,该影院通常以1~3个30人以下的小型VIP包间

为主打,每日仅放映2~3场电影,并且附带高端的酒吧及餐厅。打造了一个电影文化沙龙的概念。

3 电影院功能和工艺设计的变化

如上文所述,随着影院数量的增多和网络售票形式占主导地位售票趋势的出现和放映技术的发展,传统电影院各个分区的功能发生了较大的变化,其中变化尤为明显的是等候大厅和放映机房。传统影院功能分区如图1:

这些功能区中,变化最大的首先是售票处和影院大厅,其次是放映机房和观众厅。以下对这几个区域的变化分别阐述。

3.1 售票处

售票处通常有两种形式,一种是在电影院大堂内的售票处,另外一种则是设置在电影院外的独立售票处。

传统电影院的售票处由于影院数量较少,且同时段放映影片数量较少,候场时间较长等特点,使得影院的售票模式更像传统剧院演出的售票形式,通常除了在影院大厅范围内设有专门的售票柜台之外,还会在临街或商业体交通人流便利的地方再额外设置一个独立的售票处(如商业一层或电梯扶梯等主要交通枢纽附近)。比如早期上海永华电影院和上海莘庄仲盛世界的CGV影院。但随着上文所述的市场竞争加大及电影放映技术和售票方式的改变,生活节奏加快,观影客流候场时间缩短,独立售票处意义和作用消失,这种形式就逐渐废弃了。

早期设置在大堂内的售票处是和小卖部分开设置,依照顾客入场动线和卖品部依次排布。这样的设计主要是考虑到早期影院在黄金时段会有大量的现场买票人员排队等候。另外由于早期影院影片放映间隔时间长,顾客候场聚集较多,也会造成峰值时间人员大量聚集,售票和卖品柜台分开设置有利于缓峰值时期聚集压力。

但随着线上售票的实施和数字电影多厅多场次放映的实施,排队售票和长时间候场人员聚集的问题都已极大

缓解,另外观影人群通常只是在开场前10~20分钟才进入影院检票入场,多厅多场次放映致使观众在大堂内等候时间大幅压缩,相应造成了卖品或饮品的消费减少,分开设置的售票柜台常常造成人力浪费。

出于运营人力成本的考量和顾客消费心理的研究,为了便于人员的共用和人力节省以及促进卖品等销售的顾客转换率的提高,更多影院采用人工售票和卖品柜台一体式的设置方式。

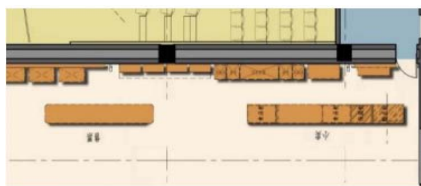


图2 售票与卖品柜台分开设置

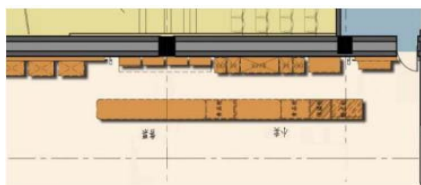


图3 售票与卖品柜台一体设置

从影院发展的趋势来看,人工售票柜台的缩减和自助售票机的使用是一个不可逆转的变化。但出于不同的运营理念和文化习俗对这个问题也有不同的要求,比如从运营角度来讲自助售票机的使用虽然节约了人力成本,避免顾客了排队等候时间,但也减少了服务人员和顾客的接触机会,无形中减少了顾客和影院之间的情感联系,不利于提供高质量的服务,也减少了顾客和服务人员的互动及面对面的促销机会。如何在自助售票服务和人工服务之前找到一个相对的平衡关系,还需要一定的探索和研究。

3.2 电影院大堂

售票和卖品柜台的一体式设置,以及售票方式和候场方式的转变,一定程度上改变了电影大堂的设计趋势。根据电影院设计规范,对电影院门厅兼做休息厅(本文叙述为电影院大堂)的面积规定如下:

类别	门厅兼休息厅		
等级	特 甲级	乙级	丙级
指标 (m ² /座)	0.4~0.7	0.3~0.5	0.1~0.3

图4 门厅休息厅合并设置时的面积指标

从表可以看到,设计规范中对电影院大堂建议的面积要求较大。影院大堂首要的功能是满足人员聚集(包括排队买票,首映式或点映仪式,明星见面,第三方活动)和候场需要。近年来此类活动规模和频率都有所降低,候场空间的需求又因为上述售票及多厅放映等原因相对弱化。另外,影院所在的综合商业体,在影院客流高峰期,可以提供更多的等候空间,也消化和疏解了设计要求中对影院大堂面积的需求。

售票和卖品柜台的一体化给影院大堂释放更多的可用空间,大量人流聚集情况的改善或消失,使得电影院不需要为高峰人流闲置空间,这几个方面带来的影响,促进了电影院大堂设计思路的一个较大的转变。

3.3 大堂面积小型化

由于电影院大堂无需承担人流聚集压力,在满足基本的售票和卖品需求的前提下,传统影院大堂的大空间就失去存在的功能必要,特别是在一些高端或地段优良的商业体中,由于商业体对租金回报的要求较高,在这种情况下,过大的电影院大堂带来的收益与商业价值不相符,商业规划中往往会弱化压缩影院大堂,节省出更多的面积租赁给其他业态。有的项目中电影院大堂仅仅缩减成一个附带售票及卖品柜台的通道,最小化设置电影院大堂的面积。

3.4 大堂空间体验化

如何让影院大堂从单一功能性为主的大空间,转变为一个满足顾客体验,充分发掘商业利益,提高坪效的多功能空间,电影院在这一方面的探索始终都在进行。

近年来随着上述影院环境的变化,观众在影院大堂内停留的时间大大缩短,怎样能够有效地延长观众在影院内的停留时间,实际上成为了电影院大堂设计转型的重点。

在互联网概念中,注意力成为新的商业价值来源,注意力的争夺即对客流的争夺成为商业竞争的重点。在这个概念下,顾客是否观影已经不再是衡量一

个进入影院顾客的唯一价值标准了,进入影院的顾客本身反而成为了价值来源,也就是说拥有足够的顾客进入影院本身就可以带来足够的价值,无论这些进入影院的顾客是否会有观影消费。足够多的人流和足够长的停留时间,自然会转换成良好的广告收入和一定的销售收入,逗留的时间越长,顾客的广告价值就越大,顾客消费的转换率也就越高。这个观念与互联网的流量概念相类似,这样的流量也可以帮助拓展更多元的商业活动。

在吸引更多客流的要求指引下,影院大堂中增加了更多的休闲等候区域的设计,包括书吧、咖啡吧等设计。另外也有一些影院强化装饰设计的设计感和戏剧性,推出网红店设计,营造一个风格鲜明的特色空间,吸引更多客流。

3.5 电影院观众厅

观众厅的设计出现了多种的分化,传统影院观众厅设计主要要求是满足基本观影工艺和声学要求,比如仰视角、斜视角、视线超高值等,声学方面则要求隔音、吸音、混响时间等。在电影技术进步和电影院竞争加剧之后,更多的市场细分需求带来了观众厅设计不同转变。

3.6 专业化

随着影片拍摄技术和放映技术的发展,对电影的视听体验的提高成为电影院从电视或家庭影院里夺回观众的重要工具。近年来相继出现了多种以专业技术为特色的观众厅设计形式,比如IMAX厅,杜比厅,中国巨幕厅,LUEX厅,以及最新出现的4K, 120帧高格式厅等多种专业放映厅。在音效方面强调更高的音效标准,推出了DTS, THX以及杜比等多种音效认证标准。这类专业厅强调更高的视听效果以确保观众能获得最好的观影体验。

除此之外还有一些高新技术的引入也使得影院的观众厅内设计面临新的改变。比如韩国三星推出的LED屏银幕的无放映机观众厅,无放映机的LED屏幕的高色彩还原和高亮度对比度极大地改变电影的观感,并给日后数字电影及其他模

式的发展和创新提供了坚实的基础。

另外常见的比如最近热度消退的VR影院,该影片形式由于技术瓶颈的阻碍,至今仍没有真正成熟或完善的产品推出市场,目前这种形式仅仅能够展示一些特效短片,还不能够正式成为一种观影模式。

此外还有三折屏技术,以及CGV电影院推出的sphasex等多种特殊的放映和观影模式,但限于片源和拍摄方式等限制,没有太大的发展。

比较成熟的专业化影厅还包括各种4D影厅。4D影厅并不是最近的科技产品,早期4D电影厅主要用于游乐观影,随着放映技术的发展和厂家的大力推广,4D观众厅已经成为观众厅中的主流产品,甚至在此基础上还有5D, 6D等更多的拓展形式。



标准杜比影院

3.7 装饰化

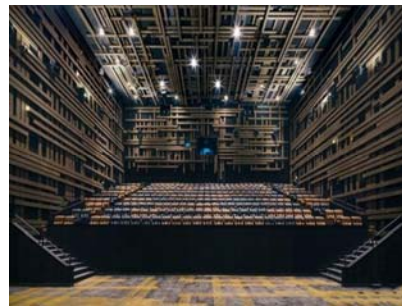
专业化的观众厅优点是能够提供最好的视听效果,但是投资成本大,单个厅的投资达到几百万乃至数千万元的投资,高额的投资让很多影院无法承受;另外为了达到较好的银幕视觉指标,避免观众厅内的装饰对银幕反光等干扰,专业化的观众厅通常会要求观众厅内的装饰相对简化,色彩以黑灰色为主,观众厅的视觉装饰性效果较弱。

部分影院另辟蹊径,强化观众厅的装饰性和娱乐性效果,弱化专业性,与这种专业性背道而驰,利用丰富的造型或者色彩打造具有视觉冲击力和戏剧张力的影院观影空间。形成新的风格和潮流。

3.8 高端化

如前文所述,日益激烈的竞争,和电

影院市场的细分,为了差异化经营,部分影院采用了小厅高端化的经营策略。小厅的缺点是很难提供较好的声学 and 视觉效果,从某种意义上来说是对电影工艺和艺术提升的大方向的一种背离,但是小厅可以提供更为高质量的个性化,私密化服务。包间类型的高端影厅,除了提供高品质的设施服务,常常也附带相关的餐饮酒吧等娱乐服务。



香港壹正设计影院



北京三克映像影院

3.9 放映机房

放映机房由传统的胶片式放映改为数字化放映,人工放映和监控的需求都已被数字控制代替。特别是TMS控制系统及智慧放映概念的提出。让无人放映成为可能。无人放映不需要设置在放映夹层的设备间,极大地缩减了影院空间,传统放映机房逐渐退化成为一个常规的设备空间。

现阶段主流的形式仍然是有人放映机房,但相信随着技术的发展,放映机房会逐渐消失。电影院设计的布置和布局会更加紧凑(无需考虑放映设备空间,观众厅可以连续紧密布置)。或是更加的分散(不用考虑放映机房设备的管理)影厅可以见缝插针地随机布置。

4 未来和展望

上文简述了近年来电影放映和拍摄技术及电影院市场竞争中出现的一些变化,和其对电影院设计产生的影响。这些变化主要集中在最近的15年中,在上述的变化因素中,有几个方向在未来的几年内有可能会对影院设计带更大冲击和变化。

4.1 高格式影片(CINITY影院)

高格式影院是华裔著名导演李安主推的影片拍摄及放映格式,该格式从拍摄和放映模式上给电影院布局设置带来了极大的冲击,如果有合适的影片助推,有广大的电影导演的认同和协同推广,

随着此项技术的发展和成熟,相信会在不久的将来,会带给影院放映带来一次全面的更新升级,将极大的提高观影体验,从而给影院设计带来新一轮技术派偏好风格。

4.2 LED屏银幕

近两年三星电子首推了LED银幕,该形式完全放弃了传统的放映机,用LED屏幕,代替传统的电影银幕,同时废除了放映机及电影银幕两个关键性的电影设备。该LED银幕具有更好的亮度对比度,对影片的展现具有极大的优势。另外此类LED屏幕不需要放映机房,对电影院布局提供了极大的灵活性。但此类屏幕还存在着尺寸限制和较高的价格限制。最近一两年来,我国各地企业也在积极的研发此类产品,一旦突破尺寸及价格的限制,LED屏幕将会迎来一个产品的大爆发,会极大地影响电影院布局和电影院建设。另外该银幕形式提供了一个全新的放映展现平台,有可能会带来电影拍摄和制作的新的革命。

4.3 VR放映

VR影片始终是呼声高,成效小的一种电影形式,虽然有非常多的介绍和推广,但始终难以突破观影过程中的人体舒适度的局限,另外也始终没有一部真正能够展现和利用VR特性的成功影片,此类技术和拍摄的限制,局限了VR影院

的发展。但随着技术的突破和进展,一旦技术突破瓶颈,VR影院有可能会成为影院的终结者,电影的放映不再需要固定的场所和专业的设备,无时无地不可成为影片的欣赏地。

可以说高格式技术(CINITY影院)的出现,会推动对电影极致体验的追求,LED银幕形式的出现会改变电影院的布局和建设,而一旦VR影院发展和成熟,则有可能终结传统影院,让电影院成为时代的印记。

[参考文献]

[1]张斌,孙玥.2018—2019年中国电影产业发展概述[J].中国电影市场,2019(12):3-7.

[2]沈纹.新版《建筑设计防火规范》GB50016—2014的解读[J].工程建设标准化,2015(1):54-59.

[3]涂宗豫.创建超凡的影视空间——高星级多厅影院工艺设计要点分析[J].中外建筑,2010(05):119-123.

[4]王骁男.多厅影院建筑设计研究[D].哈尔滨工业大学,2007.

[5]本刊.泰和安协办GB 50016—2014《建筑设计防火规范》宣贯研讨会[J].建筑电气,2015(05):18.

[6]批准部门中华人民共和国建设部.电影院建筑设计规范[M].中国建筑工业出版社,2008.