

---

# 现代大学生群体观影行为的形成和发展分析

## ——以蚌埠大学城为例<sup>1</sup>

余雅莹 林海燕 韦文秀

(安徽财经大学, 安徽蚌埠 233030)

**【摘要】:** 随着影视传媒产业的发展, 近年来中国电影市场取得了极大成就。纵览国内电影市场表现, 各种纪录不断刷新。2015 年观影人次突破 11.4 亿, 票房突破 400 亿, 其中“大学本科及大专”人数占 81%, 如今传统影视巨头纷纷在“互联网+用户”的模式上进行多线布局, “网生代”逐渐成为电影观众的主体, 线上线下高校大学生已然成为一个比较庞大的独立观影群体。以安徽省蚌埠市大学城为例, 基于经济学视角针对现代大学生群体观影行为, 分析其形成和发展。从而, 对互联网企业和传统电影企业跨界融合背景下大学生观影市场的发展问题, 以期促进我国文化软实力与经济的同步发展。

**【关键词】:** 经济视角; 大学生群体; 观影行为; 发展分析

**【中图分类号】:** F24

**【文献标识码】:** A

**【doi】:** 10.19311/j.cnki.1672-3198.2017.32.045

### 1 引言

伴随社会生产力的提高, 人们的业余时间越来越多, 休闲娱乐的内容变得丰富多彩。其中, 电影在众多娱乐活动中扮演了相当重要的角色。2009 年到 2015 年, 影院行业的发展一直呈上升趋势, 票房收入持续增加。这不仅是因为居民收入在不断增加, 而且是因为人们的整体素质的提高, 文化追求的增加。而在观影群体中大学生占了相当大的比例, 研究现代大学生的观影倾向和审美需求, 能够更好地了解目前众多电影观众的特性。这对电影业的发展而言是至关重要的, 既可以实现电影艺术的探索, 又可以获得商业盈利。对大学生群体而言, 对观影行为产生影响的因素包括票房、类型、内容、评分、明星和产地等。因此, 本次选取了蚌埠大学城的几所大学, 即安徽财经大学、蚌埠医学院、蚌埠学院、蚌埠电子信息职业技术学院, 针对观影行为发放调查问卷。此次研究的目的在于调查大学生群体观看电影的具体情况, 并且加以经济学分析。

---

<sup>1</sup>基金项目: 安徽财经大学省级大学生创新训练项目, 项目编号: 201610378746。

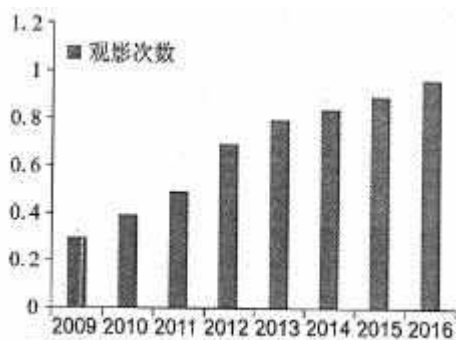


图 1 2009—2016 年我国年人均观影次数

## 2 相关文献回顾

针对大学生观影行为,国内学者也纷纷展开过一定的研究。崔凝凝(2013)通过大量阅读和整理国外文献,将大学生群体作为选择的研究对象,根据营销的 4P 理论以及大学生的群体特殊性,提出创新性的影响电影票价的七个因素。通过网络发布在线问卷的方式收集样本数据,采用回归分析法,探讨影响大学生群体观影行为的电影产品因素及其影响程度。根据研究的结果显示,企业与影院需要共同考虑合理制定针对大

学生群体的电影票价,既要保持企业的盈利能力,同时也不要让大学生群体由于无法承担电影票价而放弃观影,亦或是转向在互联网上看电影,将非常不利于电影企业竞争力的培养。何镇飏,卢林琪(2014)通过对在校大学生的问卷抽样调查,重点考察了大学生的观影习惯与媒介依赖情况,从票价、电影类型、国产电影偏好、观影效果等多个角度,以华莱坞的视角,考察了大学生对华莱坞电影的认知和态度,探索了现状中存在的问题,并提出了建议和反思。唐海(2015)基于 2014 年 10 月至 12 月间面向西南大学、重庆大学、重庆邮电大学、四川外国语大学、重庆师范大学、重庆航天职业技术学院、重庆电子工程职业学院、重庆青年职业技术学院 8 所大学在校 500 名就读大学生的调查,主要从观影频率、观影动机、观影方式、观影内容四个维度,了解重庆地区大学生在观影行为上的具体情况。研究显示,大学生观影总量还是相当可观,其中影院观影数量远高于重庆地区平均水平,但由于目前票价过高,使得大学生主要通过网络了解电影资讯和观看电影。因此,也导致影院观影数量远低于线下观影数量,在决定大学生影院观影的因素之中,明星起到绝对的左右作用。在观影内容方面,大学生最喜欢美国好莱坞的电影,喜欢的主要电影类型分别为喜剧片、爱情片和科幻片。覃川,王一帆和吴雪菲(2016)通过对北京部分高校的问卷调查,就其观看电影的基本心态和行为、对电影的认知和所受到的影响、对电影市场及管理政策的理解、对影视教育的看法等展开实证研究,并对发展我国电影业和提高大学生观影素养,媒介素养养成等提出了相关建议。

虽然学者针对大学生观影行为因素进行了相应的分析,但是从经济学的视角进行观影行为分析的却相对较少。本文对大学生群体的观影次数、偏好、地点、方式等进行调查,分析事实现象并得出相应结论。

## 3 观影行为调查及经济分析

通过对安徽财经大学、蚌埠医学院、蚌埠学院和蚌埠电子信息职业技术学院的部分大学生,进行观影行为问卷调查。根据调查结果,从票价对大学生观影的影响来看,学生证半价接近 30 元的电影票价基本是最低的,然而大学生每月的生活费普遍介于 800 至 1500 元左右。从观影方式来看,互联网成为大学生的首要选择。互联网使得各种媒介的界线变得模糊,当一个大学生在看线上电影的时候,已经无法分清到底是在消费电影还是消费互联网。发展迅猛的网络科技,渐渐替代了影院的地位。从观影需求来看,大学生们普遍不能满览观影期待。一般而言,学生对喜剧片、爱情片、文艺片和动作片的兴趣处于相对高的水平。此外,通过国产电影和国外电影的对比分析,突出国产电影的商业化过头、娱乐化过头等特点,以及国外电影的创新性和艺术性。

在经济学上,影响需求的因素,包括电影消费者的日常收入、个性偏好、与电影有关的商品的价格、对电影未来价格的预期、大学生的年龄结构和观影习惯等。从电影消费者的日常收入来看,电影这类奢侈品价格弹性比较大。当收入变化时,电影的需求变化会很大,随着收入的增加而增加,减少而减少。大学生的没有什么收入来源,只能从生活费中分出一部分进行休闲娱乐。从消费者的偏好来看,随着影视技术的不断发展,3D 电影和特效成为学生选择影院观影的一大重要理由。从商品价格来看,在对当前电影票价的接受程度中,给出大学生“NG”、“全价太贵,半价能接受”、“半价也太贵”和“说不清楚”四个选项。数据显示,超过一半的学生认为现有票价折半出售的价位是比较合理的,是自己可以接受的。可见,激发主流观影人群和潜在观影人群走进电影院的愿望,鼓励不去影院的人掏钱看电影,鼓励进影院的人去消费更多次,电影票价依然是个制约。依然有 20% 的受访大学生表示半价的电影票也太贵了。大学生的生活费普遍偏低,家境困难的学生还要低得多。即使电影票已经便宜至半价,仍然占据了大学生生活费的很大一部分。因此,大部分的大学生会选择互联网观影,这样在宿舍或者无线网的地方就可以享受影视。从人口年龄结构来看,大学生群体大多 20 岁左右,喜欢新鲜事物、聚会娱乐,而且模仿性比较强,紧随时代潮流。在调查的大学生群体中,63% 的大学生偏爱国外电影,37% 的大学生偏爱国产电影。一般国外电影会导致大学生更多走进电影院,而国产电影会促使大学生偏向手机下载和影碟等。

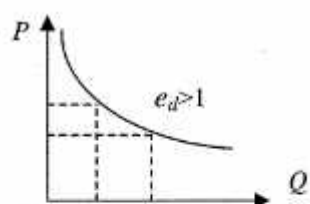


图 2 电影的需求价格弹性图

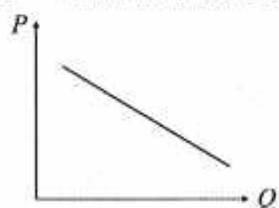


图 3 电影的价格需求曲线

## 4 政策建议

随着互联网技术发展的日新月异,为了促进电影行业的迅速发展,必须针对现有的大学生观影行为提出相应的政策建议,在电影产业缺乏满足大学生观影诉求的市场,创立专门针对大学生人群的观影模式,同时满足观众文化消费的需求和中国电影市场化的需求,实现一定的创新并达到双赢的目的。

第一,积极鼓励电影创作,不断推进市场繁荣发展。大学生的审美紧跟时代潮流,如果电影行业停滞不前不肯更新,市场空间就会大大缩减,利润也会降低。因此,国家应该积极鼓励新人导演、编剧和创作,在观影科技上不断创新,在政策上支持电影行业,从而激发更多的年轻人热衷于创作,营造良好的电影创作氛围。

第二,打击侵权行为,对电影创作成果进行保护。随着互联网技术的发展,不少未经授权的电影作品在网络上肆意横行,不论是从观影需求还是从便捷的角度,大学生选择线上观影都是明智之举。但是,这对创作者来说,确实严重破坏了创作的心血和付出,严重打击了创作的积极性。因此,国家制定完善的法律约束违法行为,包括电影作品和知识产权。

第三,提升电影的质量,提高影院的服务水平。减少制片方的急功近利和盲目追求票房、高科技等,不仅造成了资源浪费而且打击观众观影激情。面对互联网的竞争,实体影院只有进行服务创新,才能吸引更多大学生观影群体。

---

第四,适当调整观影票价,适应大学生的消费水平,增加相应优惠政策。在工作日影院的观影率普遍偏低,为此可在非周末时段开设大学生观影专场,控制票价以吸引大学生在闲暇时间观影。当电影成为大学生的习惯,不再是随收入弹性变化的奢侈品,便会为电影行业带来一笔不小的固定收入。

第五,倡导大学生进行网络购票,减少电影票价压力,提高入院观影率。目前,各类团购和在线购买软件如云,美团、淘宝、百度糯米、淘票票等,通过这些软件购买电影票能够得到相当优惠的价格,从而更好地提高大学生的影院观影机会。

## 5 总结

本文通过调查蚌埠大学城的大学生观影行为,得出绝大多数大学生喜欢看电影,而且首要重视的是影片的质量、剧情、口碑、明星和导演等。在被调查大学生中,对当前影院的票价大部分学生是在可接受范围内。部分大学生有能力去影院观影,但是之所以选择不观影的原因主要是时间原因以及自身因素,经济方面只占很少的一部分。大学生不选择到影院观影的很大一部分原因是时间,他们一般会比较忙或者是没有人陪伴。此外,还有一部分是因为在网络上看电影相比去影院观影更加快捷和方便。对于大学生说以后选择到影院观影,实则影院消费的潜在消费群体。

现代的生活节奏已经渐渐变快,大学生所处的环境压力也比较大。大部分的学生在毕业的同时也面临这就业的社会压力,这样就造成了大学生严重的精神负担。如果能够进行一些适当的休闲活动,可以缓解学习上的压力。相比较其他的活动方式,看电影属于相当便捷的一种。特别地,通过电影文化的艺术渲染,大学生接触社会了解社会的途径拓宽了。大学生作为一个独立的庞大的观影群体,在现如今的电影市场中正发挥着越来越大的作用。合理定价大学生观影,在结合互联网观影的同时,鼓励学生进入影院,从而增加电影业的发展,创造更多的盈利空间。

## 参考文献

[1] 崔凝凝.电影产品因素对大学生群体观影行为的影响研究[D].昆明:云南财经大学,2013.

[2] 何镇飏,卢林琪.大学生观影的媒介依赖、习惯与行为研究——以华莱坞的视角[J].浙江传媒学院报,2014,21(02):83-88+156+161.

[3] 唐海.重庆地区在校大学生群体观影行为的调查与研究[D].重庆:西南大学,2015.

[4] 覃川,王一帆,吴雪菲.当代大学生电影观看行为和态度的实证研究[J].教育传媒研究,2016,(01):59-66.