

对于中国电影市场恢复需要更多耐心

■文/本报记者 李佳蕾

自2020年7月电影行业复工以来,至今已一年有余。综观这一年来中国电影的市场表现,可以简单总结为,票房有突破、恢复有成果、市场有曲折、未来有信心。电影市场在受新冠肺炎疫情的影响之下,这一年间国产电影的表现有目共睹。不管是创历史新高的春节档,还是能够充分挖掘中小档期潜力的元旦档、清明档、五一档,国产电影都能抗得起市场的大旗、顶得住市场的考验。

尽管电影市场未能恢复到疫情之前的蓬勃态势,但行业在受到疫情影响快速调整升级的当下,我们不但要看到市场中存在问题的一面,更要看到其稳中向好、长期向好的一面。尤其是在《长津湖》因疫情反弹紧急撤档、暑期档极有可能面临低谷的形势下,如何正确看待疫情后的中国电影市场显得尤为重要。

◎ 复工一年多以来 市场逐步恢复、节假日档期屡创新高

在2019年中国电影总票房642.66亿元,新增银幕9708块,全国银幕总数达到69787块的背景下,电影从业者正以饱满的热情、笃定的信念为2035年的电影强国目标奋斗时,2020年突如其来的疫情打乱了原本的行业节奏,让“危”与“机”同时到来:一方面“坚韧复苏”成为行业全年的主题曲,另一方面一场新的变革正在孕育,新媒体、新概念、新技术蓬勃发展,流媒体平台进入快速发展阶段。

在“危”的背后,电影工作者不畏艰难、团结奋战,不到半年的复工时间里,以204.17亿元的总票房成绩,超过北美成为2020年度全球第一票仓。其中,复工以来8月、10月、12月的月度票房收入明显回升,有着较为出色的表现。

2020年7月下旬刚刚复工,8月定档上映的《八佰》、《我在时间尽头等你》均起到了“救市”的作用。在两部影片相继上映的一周里,大盘单日票房开始接近上年同期水平,《八佰》的“日冠”天数,更是累计超过一个月的时间。8月的电影市场最终以33.99亿收官,其中《八佰》收获20.15亿,《我在时间尽头等你》拿下4.33亿。尽管2020年8月的电影票房收入远不及前几年同期,但这样的成绩已经强力释放了中国在全球电影大国中率先恢复的信号。

2020年10月,票房强势回归,虽比疫情前2019年10月票房减少23%左右,但是相比较2018年10月、2017年10月的月度票房还是有所攀升。其中,2020年中秋国庆档期(10月1日至8日)强势拉起10月月度票房大盘,全国电影票房共产出39.52亿元,吸引近1亿人次观影。表现比较突出的影片有:《我和我的家乡》累计票房18.7亿元;《姜子牙》累计票房13.84亿元;《夺冠》档期内产出票房3.6亿元;《急先锋》档期内产出票房1.64亿元;《一点就到家》累计票房1亿元。

2020年12月票房相比10月票房有所回落,但从整体的影片质量和票房收入来说,都为2020年中国电影年度总票房突破200亿作出了应有的贡献。12月总

票房37.72亿,对比近五年12月票房来看为最低值,但是12月票房体量较11月增长超一倍,贺岁档、元旦档优势显著,高质量、好口碑影片的发酵让市场逐渐回暖。

受疫情影响,选择在12月上映的影片非常之多,主要是因疫情积压了部分电影,很多投资方希望年内可以上映收回投资金。从《如果声音不记得》、《赤狐书生》、《沐浴之王》,到《紧急救援》、《拆弹专家2》、《晴雅集》等,题材类型丰富,多部大片入市,每周都有大片公映,档期分布合理。除此之外,新作品层出,主要表现在喜剧类型上,因为往年喜剧片的票房成绩收入都比较可观。当然这也与12月底的圣诞档、元旦档相关,欢乐气氛依旧是观众所需要的,尤其是在受疫情困扰一年之后,观众更希望能够在电影中得到精神放松。

如果说2020年的204.17亿元年度总票房成绩已经证明了市场在逐步恢复,那么2021年元旦档则预示着市场恢复步伐的加快。2021年1月1日至3日(元旦档)全国电影票房达12.99亿元,打破了2018年创造的12.71亿元档期票房历史纪录,其中元旦当日票房6.01亿元,同比增长107.12%,刷新2018年创造的3.68亿元元旦单日票房纪录。

从单部影片票房来看,元旦档期内共有三部影片票房突破亿元大关。其中,由《送你一朵小红花》收获5.38亿元票房,成为元旦档票房冠军;《温暖的抱抱》排名第二,共收获3.35亿元票房;在圣诞档期上映的《拆弹专家2》持续发力,以2.26亿元票房夺得第三。

元旦档的突破让人为之振奋,春节档的井喷态势更是将2月份整体票房推至122.65亿元,刷新了中国电影市场的单月票房纪录,春节档总票房高达78.22亿元。春节档上映的新片《你好,李焕英》单片票房突破50亿元,让整个中国电影行业明白“观众没有离场”,而“用心讲好中国故事”是制胜法宝。在市场加速恢复的背后,是国家对疫情的有效防控、是国产影片质量的逐步提升、是我国人民文化消费

需求的日益增长。

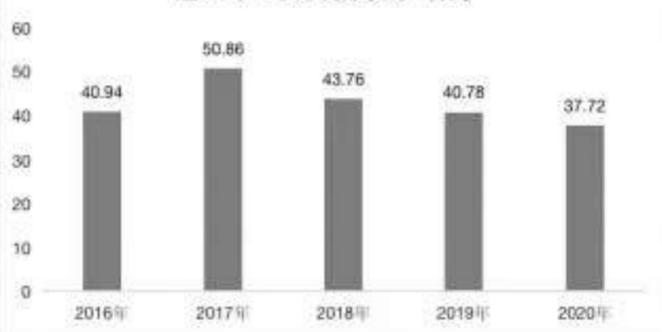
比票房数字更为重要的是,春节档依旧在强势培育着观众走进影院的观影习惯。在2020年春节《囧妈》采取“院转网”的放映方式后,疫情又进一步培养了观众在线上观看视频的习惯,观众的观影习惯才是业内人士最担心的问题。但是,春节黄金周共吸引1.6亿人次的观众走进影院(2019年春节档为1.32亿,同比增长21%)的数据证明,观众春节的观影习惯依然在,过年观影的“新民俗”还在。

2021年上半年,在全球影市依旧普遍低迷的环境下,中国电影市场逆势而上交出了一份优秀的成绩单。全国上半年电影总票房275.67亿,其中国产影片居于主导地位,头部影片的全球票房排名也正在稳步提升。从票房的具体构成来看,2021年上半年票房的50%是由春节档、清明档、五一档等档期贡献的,其中以“小而美”为特点的元旦、五一等3至5日的小长假档期开始占据头部梯队。具体来看,清明档票房收入8.21亿元,与2019年清明档的6.98亿相比,提升了17.48%,刷新历年清明档期三天票房的最好成绩。五一档(5月1日至5日)全国城市影院票房为16.68亿元,共吸引4410.54万人次走进影院观影。相比2019年五一档(5月1日至5月4日)的15.27亿元和3509.36万人次,分别增长9.24%和25.68%。

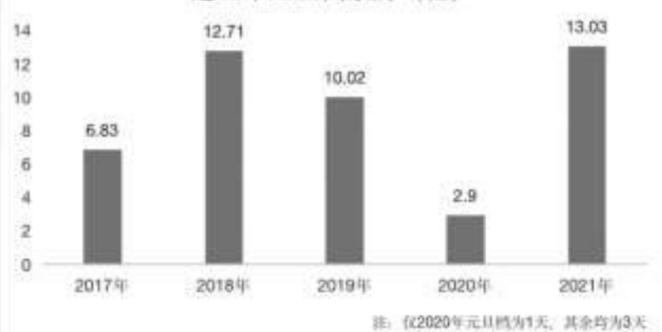
综合上半年电影市场的整体表现来看,呈现出票房向档期集中、票房向头部集中、国产电影占比高的主要特征。在今年市场恢复的过程中,有“冷”也有“热”,头部影片集中向热门档期靠拢,使得热档与淡季档期的票房收入差距明显。以端午档为例,三天假期仅有4.68亿的票房收入,虽然档期内有多达15部新片上映,但这些新片均为中等体量,缺乏大片的强力支撑,使得端午档的表现平平。由此可以看出,头部口碑佳片是档期的引擎。好口碑、高质量的电影作品能持续不断地稳定供给,满足并培养观众更强更高频的观影消费习惯。

(下转第4版)

近五年12月月度票房(亿)



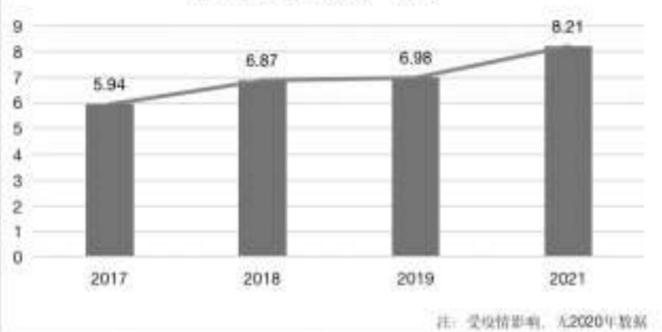
近五年元旦档票房(亿)



近五年春节档及大年初一票箱(亿)



近年清明档票房(亿)



近年五一档票房(亿)

