

七夕档上演“遭遇战” 后四个月电影市场依然被业内看好

■文/本报记者 姬政鹏

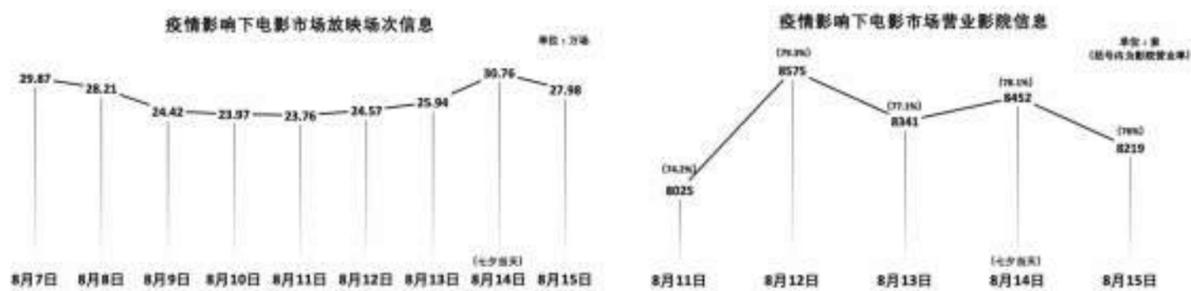
7月下旬起,疫情出现反复,多地影院关停,放映场次锐减,全国影院营业率一度降至74.2%,在去年票房产出前二十的城市中,就有武汉、西安、南京、郑州、无锡5市影院停业。受此影响,多部影片撤档。

这是今年的七夕档期前,电影市场上演的一次“遭遇战”。于是新片紧急提档,“老片”降价延期,《测谎人》、《兔子暴力》、《深爱》三部新片,加上《怒火·重案》、《盛夏未来》、《白蛇2:青蛇劫起》和《中国医生》等多部“老片”临时组成了七夕档期的放映格局。

七夕当日,全国8452家影城用30.76万场次,吸引了522.42万人次观影,产出1.98亿元票房。在七夕档的历史上看虽不惊艳,但已是中国电影市场80多天来的最好成绩,通过对比可以看出,七夕“档期加成”效应依然明显。其中单日票房过亿的《怒火·重案》,因其在疫情影响的艰难时刻连续多日支撑市场大盘,获影院经理盛赞:“《怒火·重案》就是今年最好的港片”。

而在疫情影响较大的江苏、河南两省,虽无法全力投入放映、服务观众,但也在以各种方式进行准备。苏州是本轮疫情中,苏南地区为数不多影院没有停业的影院。苏州电影业协会在七夕前发起全员疫苗倡议,同时还发挥协会的桥梁作用及时传递信息、组织行业内交流防疫心得。停业中的河南奥斯卡旗下影城也在巡检、消杀等日常工作之余,推出通兑券预售观影活动,做好防疫,留住影迷。

七夕档期前后,随着防疫措施效果逐渐显现,安徽芜湖、河北石家庄、湖南常德等地影院先后解封,也有多部中外影片定档。多位市场人士对中秋和国庆档期的市场表现持乐观态度,并认为今年后四个月会有多部优秀国产片上映,到时也会掀起新的市场高潮。



◎ 部分影城停业,总体场次锐减 疫情反复再度考验市场耐力

这是一个疫情影响下的七夕档。自7月下旬起,南京、郑州、扬州等地先后发现疫情,随着疫情出现跨省传播态势,防控压力陡然增大,而电影市场恰逢暑期,人流增多,做好疫情防控、安全生产、环境卫生等相关工作自然也是影院经营的重中之重。

在国家电影局8月4日下发的《关于进一步加强当前电影院疫情防控工作的通知》中,要求各地影院根据风险等级动态调整情况,按照当地疫情防控部署要求,该限流的限流、该暂停的暂停、该关闭的关闭,低风险地区电影院上座率不得高于75%,中高风险地区电影院暂不开放。据国家卫健委发布的信息显示,截至8月14日15时,全国共有高风险地区

29个,中风险地区121个。疫情影响下,部分地区影院关停,放映场次锐减。影城方面,来自灯塔专业版的统计显示,8月11日,全国营业影院总数为8025家,全国影院营业率为74.2%,是近期影院营业数最少的一天,8月12日起,随着部分地区解封,全国影院营业率也开始回升,到了七夕节当天(8月14日周六),全国营业影院数量回升至8452家,全国影院营业率回升至78.1%。

具体到放映场次方面,今年七夕节,全国电影市场共排映30.76万场,在总数上超过去年七夕节(8月25日,周二)的排映场次(30.09万场)。和去年不同的是,受疫情影响多个城市甚至是票

仓城市的影院在今年七夕处于停业状态。其中,在去年票房产出前二十的城市中,就有武汉、西安、南京、郑州、无锡5市影院停业。

济南百丽宫影院总经理董文欣表示,正常情况下,全国影院每天能开出37万场左右,周末能到40万场,特别好的档期,比如2021年春节,一天甚至能开出50万场。而在今年七夕节之前的几天,全国影院的排映场次都在每天25万场左右,只是在七夕当天猛增至30.76万场。

对此,厦门影城经理张恒告诉记者,两天的排映场次能相差5万场左右,主要是因为七夕节之前的这一周,有的城市是影城因疫情防控而停业,但也有影

城是主动缩减了排映场次:“从新闻上大家都觉得这次疫情反扑的比较厉害,政府也在劝大家非必要不出门,这肯定会影响到上座率,再加上没什么大热度和大体量的新片上映,很多影城都选择只排下午场,一方面是早场开的没有意义,另一方面,是能把两个班的工时缩减成一个班,节省开支,这样放映场次就会更少一些,而到了七夕,再加上是周末,影城全天排映,场次就多了起来。”

相对之下,因疫情反复、大片撤档而下滑的观众观影意愿比影城停业、场次减少对七夕档期的电影市场影响更大。董文欣表示,疫情给电影市场带来太多不确定性,再好的档期,前期再好的营销,也经不起疫情突然反扑。“疫情影响了观

众提前购票的热情。比如这个周末我们做一部影片的点映,我们微信群里的一位群友就说:‘我还是等到最后再买吧,担心影院关门’”。她坦言,在疫情防控常态化的大背景下,好的档期,以后很长时间可能就是疫情防控情况比较好的时候。

张恒还认为疫情对目前市场上多部主打少儿市场的动画片影响尤其大,让电影市场不得不更加依赖青年观众以及重度影迷,“疫情当前,就不要期待家长会冒险带着孩子去观影了,目前正值暑期,这对于期待合家欢观影的《直立象传说》、《贝肯熊2:金牌特工》、《我的爸爸是森林之王2》、《流浪猫鲍勃2:鲍勃的礼物》等影片来说影响非常大。”



◎ 新片紧急提档,“老片”降价延期 电影市场“遭遇战”打响

“如果不是疫情,今年的七夕档肯定不是这个样子。”市场专家罗天文说,“七夕档期是全年中市场产出效率较高的档期之一,往年的表现都很好。正常情况下,今年七夕节应该是《长津湖》单日拿个3亿元到4亿元左右,然后会上几个爱情片,加上《怒火·重案》、《盛夏未来》以及在映的几部动画片,票房大概率能超过2019年的5.69亿元,刷新档期纪录。”

但在疫情影响下,8月5日,市场重磅《长津湖》宣布撤档;8月7日,万达出品的《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》宣布撤档;8月9日,光线出品的《五个扑水的少年》宣布撤档。多部影片尤其是头部影片的撤档在一定程度上影响到了市场信心和观众期待。

《长津湖》是业内期待的巨制,它的档期变动决定着一个甚至多个档期的影片排映,也在一定程度上影响着观众的观影兴趣以及其他影片的发行决策,在去年因疫情停业后,今年春节档的《你好,李焕英》和《唐人街探案3》等影片的热卖,帮很多影城稳住了局面和心态,前几个档期的热卖影片共同帮助大部分影城坚持到现在,业内都在期待《长津湖》像《你好,李焕英》一样,带来爆发式的市场效应。

罗天文坦言,其实《长津湖》撤档大家都理解,“如此大的投资,如此豪华的主创阵容,目标票房可能在30亿元到50亿元量级甚至更高,从业者们心里都明白,目前市场不到80%的影院营业率,对于像《长津湖》这样的影片

来说是不能接受的。”

在他看来,更为紧迫的问题是如何填补《长津湖》撤档后留下的市场空间,“在7月底,《长津湖》宣布定档8月12日的时候,第一时间就得到了行业内外的关注,多部影片为了避免和《长津湖》竞争而调整档期,现在《长津湖》撤档,市场突然空了出来,就像是一场‘遭遇战’打响了,指望没宣传过的影片‘空降’不现实,只能依靠之前已经进行过预热宣传的影片提档填补空间,同时让目前在映的影片多撑一会。”

新片方面,《测谎人》和《兔子暴力》分别于8月6日和9日宣布提档至8月13日和14日上映,并立即进入密集宣传期,海报、预告片、MV等物料在三四天时间内集

中发布。罗天文给提档的两部新片“点赞”,他表示在市场缺少新片的时候果断提档,既给了影城更多的排映选择,也为自己争取到了不错的市场空间。

“目前的市场对于《长津湖》这种体量的影片来说不太理想,但对于《测谎人》这种中小成本的喜剧片和《兔子暴力》这种偏文艺向的影片来说,目标票房可能只有1亿到2亿,现在有七夕档期,之后几天也有足够的市场空间,在大档期拿不到的场次和空间,现在可以拿到。”

除了提档的影片外,目前在映的影片也看到了获得了更长放映周期的机会,正在热映的《怒火·重案》、《盛夏未来》、《白蛇2:青蛇劫起》、《中国机长》等影片,也纷纷在发行方式和策略上进行调整。

8月10日,《怒火·重案》宣布密钥延期至9月30日,同时该片还在努力的做路演,主演谢霆锋赴深圳、佛山等地助力影片宣传;《盛夏未来》不仅联合全国百余家媒体、影城推出赠票活动,还于七夕节当天在多地影城的13点14分场次推出促销活动;《白蛇2:青蛇劫起》在8月11日宣布密钥延期至9月22日,同时大幅下调了影片的最低结算票价;《中国医生》也宣布自8月13日零时起下调发行方的分账比例以及影片最低结算价。

一系列“紧急应对”之后,今年七夕档的市场格局开始显露,《测谎人》、《兔子暴力》、《深爱》三部新片,加上《怒火·重案》、《盛夏未来》、《白蛇2:青蛇劫起》和《中国医生》等多部“老片”。 (下转第6版)