

# 2021 中国电影十大关键词

■文/本报记者 杜思梦

## 👉 建党百年

2021 年恰逢中国共产党成立 100 周年,这一年,一百多部新老红色电影轮番登场,献礼建党百年。  
《长津湖》、《我和我的父辈》、《1921》、《革命者》、《守岛人》、《悬崖之上》、《中国医生》、《峰爆》、《穿过寒冬拥抱你》等一批“新主流”大片在银幕上唱响了中国共产党好的主旋律,累计观影人次达 2.5 亿。

国庆档上映的《长津湖》更是以一己之力把 1.2 亿人次中国观众带进影院,中国电影在全社会引燃了一抹红色热潮。  
大银幕上,《南征北战》、《上甘岭》、《铁道游击队》、《红色娘子军》等在内的百部经典影片,也以每月十余部的节奏,在全国影院开启了贯穿全年的展映展播活动。

城市院线之外,电影频道、全国农村、城市社区、校园院线也加入到庆祝中国共产党成立 100 周年主题放映活动中来。  
“看电影、学党史”成为了 2021 年最潮的党课学习新模式。而这些具有鲜明时代气息的“新主流”大片,正在成为中国电影市场的中坚力量。

## 👉 郑州电影人

道路积水成河、汽车抛锚、交通停滞、通讯中断……2021 年夏季的一场暴雨,让中原腹地河南顷刻间陷入绝境。  
危机时刻,郑州多家影城第一时间做出反应,停止营业、敞开大门,把无法归家的市民请进影厅,为他们提供避险、休息、过夜场所。  
当日,“郑州暴雨,电影院留上千人过夜”的短视频迅速登上热搜。  
两天时间里,包括郑州东方嘉禾影城(奥斯卡花丹店)、奥斯卡曼哈顿国际影城、奥斯卡熙地港影城、奥斯卡国际影城(硅谷店)、郑州中原万达影城、郑州二七万达影城、郑州惠济

万达影城、郑州高新万达影城、郑州万达影城公园茂店等在内的众多影城共收留了数千因暴雨无法归家的市民,帮助他们渡过了这个夏天最艰难的时刻。  
大灾面前,郑州电影人无偿伸出援手,他们在黑暗之中为这座城市点亮了微光,温暖着每一位暴雨中的市民,也温暖了这座生死边缘的城。  
他们的举动,不仅让全社会看到了中国电影人的担当和情义,更展现出了中华民族所特有的温良的力量,那是一种中国的力量,一种同情和智慧的力量。

## 👉 长津湖

三次宣布密钥延期,截至 1 月 3 日,上映 96 天的《长津湖》累计票房 57.73 亿元,问鼎中国电影市场票房冠军的同时,担起了全年 12% 的票房。  
这部讲述抗美援朝长津湖战役中志愿军英勇抗敌的影片,在 2021 年 9 月 30 日上映首日便打破了国庆档单片首映日场次纪录、战争片首映日票房纪录。  
整个国庆档,《长津湖》累计产出票房 32.03 亿元,创国庆档单片票房

纪录。上映一个月后,《长津湖》坐上全球票房冠军宝座。上映 57 天,登顶中国电影市场冠军。迄今,该片已刷新超 30 项市场纪录。  
人民日报评价《长津湖》“用实力证明了中国电影强势复苏、破浪前行的信心与底气”。  
由于热度久久不减,电影《长津湖》一度形成了一场波及全国的“长津湖效应”。  
据不完全统计,累计有超过 1.2

亿人次中国观众前往电影院观看《长津湖》,一时间,“长津湖”成为了全社会的热门话题,网络上掀起了“抗美援朝历史回顾热”,朋友圈里“缅怀革命先烈”“盛世已如您所愿”等致敬话语一再“霸屏”,更有观众在电影的感染下,自发前往烈士陵园献花。  
影片监制黄建新说,“这部电影是为了中国人那份伟大的精神而拍摄的。”

## 👉 乡镇影院

从县级影院到乡镇影院,中国影院建设的持续下沉正在发生。  
2021 年国家电影局发布的《“十四五”中国电影发展规划》中,加快乡镇影院建设被列为未来五年的工作重点。  
这项决定意味着中国的影院建设已从城市、县城拓展至更为广阔的新天地,更便捷、更优质的电影消费环境,将走入最广大的人民群众中去。  
截至目前,包括江苏、上海等拥有“对周边具有辐射影响,经济实力较强的乡镇”的地区,已率先开始了“乡镇

影院”的开疆拓土。  
按照上海市的规划,到“十四五”期末,上海郊区乡镇影院覆盖率提升至 80% 以上,乡镇居民观影半径有望缩短至 15 分钟。  
江苏的目标则是“到 2025 年,苏南地区实现乡镇影院全覆盖,苏中、苏北地区有条件的乡镇有影院”。  
数据统计,江苏省内 335 家乡镇影院 2021 年共实现电影票房 9078.36 万元,215.17 万人次乡镇观众因此选择走进影院观影。

## 👉 中国电影“十四五”

2021 年是“十四五”的开局之年,国家电影局正式发布《“十四五”中国电影发展规划》。  
按照《规划》,未来五年,中国电影将培养造就一批世界知名的电影艺术家;将实现每年重点推出 10 部左右叫好又叫座的电影精品力作,每年票房过亿元国产影片达到 50 部左右,国产

影片年度票房占比保持在 55% 以上;银幕数将从现阶段的 8 万块,增至 10 万块,“人民院线”将覆盖所有县级以上城市;国家电影高新技术研究实验室将得到快速发展。  
《规划》是基于过去 20 年中国电影快速发展的背景,客观地对一些指标进行了量化规划。

数字之外,中国电影“十四五”的核心仍是中国电影如何高质量发展?未来五年,如何把目标工作做得更好,完善提升中国电影工业水平,建立开发多层次、多元化的电影市场生态,最终在 2035 年实现电影强国梦,才是重中之重。

## 👉 8 万块

2021 年 9 月底,全国银幕突破 8 万块,顺利实现 2018 年《关于加快电影院建设 促进电影市场繁荣发展的意见》中设立的城市影院银幕超 8 万块的目标。  
截至 2021 年 12 月 31 日,全国银幕总数 82248 块,稳居全球第一。  
事实上,自 2016 年底,拥有 41179 块银幕的中国电影市场已超越北美,

跃居全球银幕数榜首。  
但由于我国人口基数大,人均银幕数仍距欧美等发达国家存在较大差距,而长期以来,国内电影院数量偏少、影幕数量偏少、分布发展不均衡,一直是制约中国电影可持续发展的瓶颈之一。  
十年来,中国银幕总数从 8000 块上涨至 8 万块,人均拥有银幕数,从每

8.3 万人一块银幕,上升至平均每 1.1 万人一块银幕。  
这一阶段性成果,显示出中国电影市场未来之潜力的同时,也为中国电影可持续发展提供了更大发展空间,为构建差异化电影市场体系,提供了基本保障。

## 👉 56.95 亿元

中国电影市场票房冠军四年来首次易主。上映第 57 天,《长津湖》以 56.95 亿元的票房成绩,从《战狼 2》手中接过冠军“接力棒”,此前,中国电影市场的单片最高票房为 56.9 亿元。  
2017 年,《战狼 2》以 56.9 亿坐上冠军之位时,没人料到,在此后长达四年的时间,这一成绩竟无人能及。  
毕竟从 2014 年《变形金刚 4》成为

中国电影市场最卖座单片后,每年都有“新面孔”攻城成功。2015 年《捉妖记》(22.37 亿)上位,2016 年周星驰的《美人鱼》以首部破 30 亿票房的身份夺冠,2017 年,《战狼 2》将中国市场冠军票房带到 50 亿量级。  
回眸中国电影市场近年发展,本土电影不破不立,由被进口片压制到掌控本土市场,仅用了不到十

年的时间。  
2012 年,中国本土电影人还在为增加至 34 部进口分账片担忧,2021 年底,中国市场票房最卖座的前十影片中,本土电影已经占了 80% 的席位。  
自 2014 年后,至今,再无进口片能够触及中国市场票房之巅。

## 👉 进口片折戟

根据国家电影局公布的数据,2021 年中国电影市场全年 472.58 亿票房中,进口片票房占比仅为 15.51%。  
这一年,进口片几乎全线折戟中国市场。  
在 2021 中国电影市场 TOP10 票房榜上,仅《速度与激情 9》、《哥斯拉大战金刚》两部进口片上榜,这一成绩是十年来(除 2020 年外),进口影片在中国市场的最差纪录。  
2021 年,最受中国观众喜爱的“速度与激情”系列,没能避开身陷下降通道的命运。  
这个四年前曾在中国市场创下首日 4.17 亿,累计 26.7 亿票房佳绩的“金牌系列”,2021 年再登中国市场时,单片累计票房仅收获了 13.9 亿元,在中国银幕数翻倍的背景下,“速度与激情”票房缩水 50%。  
其他进口片在中国的表现也不尽

人意,《007:沙丘》、《失控玩家》、《寂静之地 2》等好莱坞分账大片,票房最高者止步 6 亿。  
非美影片仅有《哆啦 A 梦:伴我同行 2》、《名侦探柯南:绯色的子弹》、《人之怒》、《你好世界》、《明日之战》等寥寥几部在中国收获过亿票房,20 余部票房低于千万,沦为“炮灰”。  
海外疫情持续反复,限制了进口片的生产发行,这固然是 2021 年进口片折戟中国的原因之一。但疫情之外,近年进口片在中国市场靠续集“续命”、缺乏原创活力等内生问题,已经让中国观众的审美疲劳呈指数级上升。  
中国观众已不是当年好莱坞给什么就看什么的人群,市场也早就不是随便扔几部续集就能令中国观众蜂拥埋单的年代了。

## 👉 环球影城

2021 年环球影业的《速度与激情 9》没能在中国市场再造辉煌,《007:无暇赴死》的中国票房大幅失利。  
但在北京环球影城(即北京环球度假区)开业后的火爆面前,两部电影的票房失利,几乎可以忽略。  
2021 年 9 月 20 日开园的北京环球度假区是环球在中国开设的首家主题公园,现已成为北京旅游新地标。  
9 月 14 日凌晨,北京环球度假区门票正式开售半小时,仅一家旅游 APP 的门票销售量就突破了 10 万件。  
数据统计,环球影城的开业期间,

赴京机票预订量周环比增长超 200%。时至今日,北京环球影城某些种类的门票仍一票难求。  
一直以来,不少中国电影公司亦曾试水主题乐园项目,无奈多数铩羽而归。  
究其原因,电影 IP 不够强大,后产品开发意识薄弱,“赚快钱”的经营思路等,都是无法回避的问题。  
而在中国奔向电影强国的征途中,唯有努力提升电影质量,创造老少皆宜的硬核 IP,建立电影 IP 长线多元运营思维,或许才会迎来中国电影“软实力”输出的黄金时代。

## 👉 “清朗”行动

饭圈乱象、流量造假、网络水军、黑公关……这些演艺圈的经年顽疾在 2021 年遭遇迎头痛击。  
2021 年 5 月,网友上传的一段“为明星打投倒牛奶”的视频曝光。这个由粉丝买奶、打投明星、倒奶、再买奶打投而诱发的全新“产业”,迅速引发社会和相关重点部门的关注,“饭圈乱象”也在无数次声讨中再次浮出水面。几天后,与之相关联的养成综艺宣布暂停录制。

5 月 8 日,在国新办举行的 2021 年“清朗”系列专项行动发布会上,“饭圈”乱象正式列入治理重点。6 月 15 日,中央网信办宣布在全国范围内开展“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动。12 月,中央网信办召开全国网信系统视频会议,部署开展“清朗·打击流量造假、黑公关、网络水军”专项行动。  
“清朗”行动过程中,整治网上历史虚无主义,治理算法滥用,打击

网络水军,流量造假,整治网上文娱及热点排行乱象等八项重点工作的开展,为中国影视娱乐产业带来新气象。  
从艺先以德,要建设风清气正的文艺生态,必须以刮骨疗毒的决心除掉文娱行业的经年顽疾,对行业乱象零容忍,对整顿乱象动真格,才是对影视娱乐产业的真保护!也是对即将成长为国之栋梁的青年一代的真呵护!