

## 6月电影市场观察： 疫情缓解又见“炊烟袅袅” 多部新片提振市场信心

### ◎ 多部新片提振市场信心 影院数量再复万家盛况

■文/本报记者 赵丽

自6月开始,电影市场就进入每年最长、最火热的档期——暑期档。

随着六一档、端午档的“双档临门”,在《哆啦A梦》、《暗恋·橘生淮南》等新片的接棒上映下,周三的六一档、端午档分别斩获0.56亿元、1.79亿,相比五一档继续小幅提升。6月10日,《侏罗纪世界3》开画,又将当天票房推至亿元高位,这也是电影市场时隔103天以来,再次单日票房破亿元;6月24日正式公映的《人生大事》月内斩获4.96亿排名6月票房亚军,这两部影片成功带动电影市场回暖。

根据国家电影专资办全国电影票务综合信息管理系统数据,2022年6月全国城市票房19.19亿元,人次0.53亿人。6月共上映国产新片15部,进口新片2部,新上映影片6月产出票房15.81亿元,环比上升3493.18%。

数据表明,随着更多影片的上映,电影市场渐渐热起来了。

猫眼研究院分析师刘振飞认为,在3月中旬至6月上旬这90天内,随着疫情得以有效控制,全国影院营业率的回升推动热门影片上映、热门新片的上映有效带动观众重回影院、拉动电影市场票房产出回暖,从产业链下游到上游、从市场供给到观众反馈,现阶段的电影行业已经步入了全面复苏的正轨,为此后市场的良好运行提供了有力的支点,相信在随后的暑期档7月、8月,电影市场有条件也有信心持续转向“快车道”。



今年6月全国电影市场产出票房19.19亿,此前5月整体票房仅为7.16亿,环比不仅提升2倍有余,也达到了3月-5月整体的21.95亿的基本体量。

自3月中旬起,受本轮疫情影响,电影市场影院营业数量迅速下降。刘振飞介绍,在3月下旬-4月下旬前后一个月的时间内,全国影院营业率徘徊在不足50%的谷底。电影市场放映端资源的折损,导致新片缺乏全量的场次供给,这一时期电影市场每周仅有1-2部猫眼想看超万的新片



上映,全国单周票房在第15周(4.11-4.17)、第16周(4.18-4.24)也一度跌破亿元关口。不过自4月底开始,随着疫情逐渐得以控制,全国影院营业率也开始回升。五一假期《我是真的讨厌异地恋》、《坏蛋联盟》两部新片的上映,有效拉动年轻观众重返影院,五一假期五天产出票房2.97亿,日均票房5947万,相比清明假期日均的4068万已显著提升,全国影院营业率回升至60%线以上。

6月开始,进入暑期。电影市场的单



日票房逐渐实现上涨。在北京、上海两大票仓因疫情原因暂时缺席的情况下,随着六一档、端午档的“双档临门”,在《哆啦A梦》、《暗恋·橘生淮南》等新片的接棒上映下,周三的六一档斩获0.56亿元,端午档三天取得1.79亿,日均票房达到0.6亿元,相比五一假期继续小幅提升。

2022年第22周(5.30-6.05)全国单周票房回升至2.74亿,已接近3月初期3.12亿的全国单周票房水平,进入6月以来,全国影院营业数量时隔79天重新突破

9000家,并在6月10日《侏罗纪世界3》上映当天重现万家影院营业的盛况。

刘振飞说,从市场下游影院营业情况来看,6月全国影院营业数量达到1万家以上,基本恢复了放映端的充足供应。但其实5月份全国有票房上报影院的总数也已达到9800家,进入6月后放映端影院的恢复进度更快。

从影片表现来看,5月票房最高的两部影片是五一假期上映的《坏蛋联盟》和《我是真的讨厌异地恋》,分别取得1.91亿和1.32亿,其余影片当月票房未能破亿。6月票房冠军《侏罗纪世界3》达到8.18亿,6月24日正式公映的《人生大事》斩获4.96亿,排名6月票房亚军,两部猫眼想看超40万的影片成功带动6月电影市场回暖,另外《暗恋·橘生淮南》也拿下了1.33亿,《坏蛋联盟》6月继续斩获1.32亿。

刘振飞介绍,从5月到6月,全国影院营业率单日峰值是从68%-85%的变化,全国票房单日峰值是从8100万到1.63亿的变化。其实在5月份,8000家影院足以支撑绝大多数影片的放映,但大盘破亿的市场热度还需足够热门、足够优质的影片上映才能达到。

这说明市场的恢复不能单方面寄希望于产业下游影院,上游热门新片及时供给、与放映端复苏进度形成合力,才能有效带动大盘回暖。

### ◎ 2部十亿量级新片发力 助力电影市场全面复苏

6月10日《侏罗纪世界3》上映,首日票房突破9500万,不仅创造了“情人节”档之后近四个月以来单日开画的最高票房,带动全国大盘单日票房时隔103天后再度破亿,全国影院营业数量也在3月8日之后重新攀升至一万家。

自4月8日《神奇动物:邓布利多之谜》上映以来,电影市场缺少大场面大制作的新片,《侏罗纪世界3》的上映不仅满足观众对于商业类型片的需求,同时影片更强的娱乐性和知名度,也能拉动更多增量用户走进电影院。

6月11日《侏罗纪世界3》上映首周六全国大盘达到1.63亿,也创造了“情人节”档期所在的第7周之后,全国大盘单日最高票房。而后国产青春爱情电影《一周的朋友》上映,首周六取得2400万,虽然在此前的一个半月内已有《我是真的讨厌异地恋》、《暗恋·橘生淮南》《遇见你之后》以及《我要我们在一起》重映等四部类型相近的影片上映,不过随着全国学生群体陆续进入暑假,青春爱情电影的上映能够满足学生观众的观影需求,也能在一定程度上弥补《侏罗纪世界3》对于年轻观众号召力减弱的问题。

刘振飞介绍,根据猫眼购票用户数据,《一周的朋友》超过20%的观众均为学生群体,25岁以下女性在影片观众的占比高达影片观众中的1/3,迎合暑期的观影需求。

《人生大事》作为一部聚焦殡葬行业故事的剧情家庭片,在题材上其实并不具备优势。不过基于猫眼购票评分和淘票票购票评分高达9.6分、9.5分的超优质量,《人生大事》在上映首周六的单日票房突破了8000万大关,创造“情人节”档以来国产电影最高单日票房,并在首周日逆势上涨、单日票房逼近9000万再创新高。

进入到工作日《人生大事》口碑持续发酵,实现了工作日票房连续三天环比上涨的“壮举”,并以超75%的市场占有率带动工作日大盘连续三日取得超8000万的表现,再次证明了只要内容足够优质,观众就会积极地走进电影院去支持。目前猫眼专业版预测《人生大事》总票房有望突破15亿,成为继春节档《长津湖之水门桥》、《这个杀手不太冷静》、《奇迹·笨小孩》之后2022年第四部十亿票房的国产电影。

不可否认的是,作为电影市场的重要组成部分,优质作品的出现对市场走向有着不容替代的影响力。而为了推动市场的热度,电影从业者以及电影院也在结合当下热门影片持续进行着营销与宣传,并借助各种观影活动调动观众的积极性。

影评人刘贺认为,6月10日当天恰好是《侏罗纪世界3》刚登上大银幕的时期,此后又迎来《人生大事》等观众期待

度较高的作品,这意味着6月市场的热度通过《侏罗纪世界3》、《人生大事》等“十亿量级”新片的上映而被带动起来,再一次证明了电影市场不缺少观众,缺少的是能够拉动观影欲望、满足观众观影需求的优质电影作品。

就殡葬题材的《人生大事》来说,中国评论学会会长饶曙光认为,《人生大事》是面向中国电影市场、面向中国电影观众的电影,其艺术表达及其独特的风格更能满足中国人的审美需求和情感需求。如果要用一个关键词的话,那就是“烟火气”。在他看来,面向本土中国电影观众的电影,一定要有烟火气,一定与人们的日常生活发生各种各样的联系,这样才能在最大层面上与观众群体达成共情共鸣共振,建立起共同体美学。“事实上,烟火气就是《人生大事》能够获得市场追捧的最重要的原因。”

在刘振飞看来,无论是娱乐性强、类

型明显的商业大制作,还是温暖治愈的、口碑出众的国产剧情片,观众都给予了积极的反馈、带动市场重新迎来观影热潮;包括《一周的朋友》、《暗恋·橘生淮南》等满足年轻观众暑期观影需求的青春爱情电影,以及《坏蛋联盟》、《哆啦A梦:大雄的宇宙小战争2021》等满足亲子观众周末观影需求的动画电影,电影市场需要多种类型影片的均衡供给,来丰富观众平日的观影需求,维持市场日常的活性。7月1日,传递希望的影片《你是我的春天》上映;后续的7月8日还有动作犯罪电影《神探大战》、7月9日亲子动画《海底小纵队:洞穴大冒险》、7月15日奇幻喜剧《外太空的莫扎特》、7月16日青少动画《冲出地球》等片的上映,关于“市场是否复苏”的顾虑已经被打消,接下来让我们共同期待更多热门影片的上映,共同开启2022年下半年度中国市场的征程。

