

过半的暑期档,稳中向好的电影市场

■文/本报记者 李佳蕾

随着全国多地疫情得到有效控制,社会有序恢复正常生产生活秩序,以及全国各地多重利好政策、优质影片的上映定档,6月份以来电影市场呈现明显的回暖势头,全国影院营业率基本保持在80%以上。

尤其自6月24日《人生大事》正式上映之后,电影市场的热度逐渐被拉高,全国单日电影票房一直维持在6000万元之上,双休日的票房收入都维持在超1亿元的水平,未再出现此前单日票房不足5000万元的情况。

从今年3月受疫情影响,电影市场跌入谷底,到6月电影市场重振旗鼓,中国电影市场以自身的韧性反映着其不可低估的巨大潜力。中国艺术研究院副研究员孙佳山认为,今年暑期档的表现是疫情以来行业信心开始逐渐恢复的最好说明,同时相信国庆档在暑期档的基础之上也会有相对不错的表现。

上海联和院线市场营销部副总监陈艳雅表示,从2020年到现在,影片撤档、定档并不像疫情前那么确定,现在会有比较强的机动性,但是我们相信随着上海影院的有序恢复,影片的上映数量会逐步增加,市场会越来越好。

◎ 电影市场释放积极信号

受疫情影响,今年上半年的电影市场在不少人看来有些“命途多舛”,全国影院营业率降至40%以下,多部影片接连撤档等情况让电影市场一时间跌入谷底。但是,自6月份以来,电影市场如同李白的诗句,“大鹏一日同风起,扶摇直上九万里”,观众的观影热情和市场仿佛都在一夜之间乘风而起。

中国电影家协会分党组书记、秘书长闫少非曾说过,“无论是疫情影响,还是其他不可控因素对电影的冲击,中国电影有一种无形的力量在自我调控,包括管理体制、发行、院线、观众的一整套系统,似乎构成了比较强大的力量,推动中国电影繁荣发展。”

这种强大的力量正是中国电影的韧性,并且明确地通过数据证明着。自疫情以来,2022年的中国电影市场反映出了比2021年更强劲的恢复势头。据国

日期	单日票房(万元)
7月1日	55000
7月2日	141000
7月3日	112000
7月4日	41000
7月5日	34000
7月6日	36000
7月7日	54000
7月8日	101000
7月9日	189000
7月10日	158000
7月11日	40000
7月12日	42000
7月13日	49000
7月14日	65000
7月15日	77000
7月16日	193000
7月17日	161000
共计	1639000

家电影专资办数据显示,2021年4月18日,中国电影市场票房突破200亿元大关,而2022年上半年,全年总票房为171.80亿。尽管2022年在电影市场票房突破200亿的时间上稍显延迟,但是要看到2022年上半年全国影院的营业情况,尤其是票仓城市北上广等地存在着阶段性暂停营业的情况,今年上半年取得的成绩来之不易。

如果以暑期档来看,今年的电影市场释放着更为积极的信号。2021年暑期档总票房达73.78亿元,而截至7月18日上午10时左右,今年刚过半不久的暑期档票房收入36.81亿元,基本赶上了去年的“脚步”。在当下电影市场上还有着多部观众期待值较高的影片暂未定档的情况下,36.81亿元的成绩对于刚刚恢复的市场来说,已经取得了阶段性的胜利,并且给予了行业从业者信心。

关于电影市场的复苏,孙佳山从三方面做了总结。第一,今年暑期档的现实题材影片《人生大事》和《神探大战》等,都给今年的暑期档提供了有力支撑;第二,全国多地的市场复苏趋势明显;第三,高质量影片逐渐定档,反映了片方对于市场的信心的恢复。

深受上半年疫情困扰的太平洋影城深圳星航华府店的影城经理何雪梅表示,“6月开始随着《人生大事》和《侏罗纪世界3》的上映,总算有了明显的回暖。”五一档时,她所在影城的日均收入为3432.5元,而7月第2周(7月11日至7月17日)的日均收入大约为5961元,涨幅达到73.66%,尤其是7月份以来的周末单日票房收入均在10000元以上。

位于上海市黄浦区新世界店的上影



影城负责人蒋月华告诉记者,自7月8日正式复工以来,在每个影厅50%上座率的限制下,六天的时间内收获了27万元左右的票房成绩。不过因为上海市并不是所有的电影院都恢复营业,黄浦区又因其自身地理位置比较好,存在观众跨区观影的情况。

北京电影市场的恢复也是蒸蒸日上。以首都电影院西单店为例,6月票房总收入为48.9万元,但7月中旬才过,影院的票房收入就已达到了153.9万元,是6月总票房收入的三倍有余。

多家影城负责人向记者表示了乐观态度,因为影城收入直接反映着电影市场的热度在不断攀升,而这样又会给更多片方信心,积极让新片入市,如



此形成良性循环。让影城负责人更高兴的是,“团体观影的迫切期待和影迷群体的积极购票,都呈现出观众对电影的渴望。”

◎ 高质量新片入市是最大期待

中国电影评论学会会长饶曙光强调,电影作为典型的注意力经济,必须在短时间内吸引最大层面的观众,因此必须成为社会舆论的热点、娱乐话题的热点,能够引发最大层面观众的关注和讨论。

观察近一个月的定档影片来看,基本上每周都会有1-2部高质量新片定档上映,并形成一定的热点话题。6月24日的《人生大事》,7月1日的《你是我的春天》,7月8日的《神探大战》《隐入尘烟》,7月15日的《外太空的莫扎特》等,这些影片没有选择扎堆,而是有节奏、适时定档

上映,逐步使市场中的电影类型丰富起来,并且维持着市场热度。

观众王女士向记者表示,“现在每周一两部影片对我来说足够了,因为我不是每周都进影院的人,所以我会挑自己最感兴趣的几部去电影院看就可以了。近期比较感兴趣的是沈腾主演的《独行月球》,如果上映的话,我会买票去电影院观看。”

影城负责人还是会担忧暑期档的下半场。从目前定档影片的情况来看,能否有更多重量级、高质量影片定档现在

仍旧是一个未知数。

蒋月华表示,对于现在的电影市场来说,并不仅仅是需要大片。现在正处于暑期档,也会需要动画片和文艺片,观众的观影需求是多元的,有充足的大片保证当然好,但是其他类型的新片也是需要的。今年复工之后能够充分感受到观众的观影热情,很多新片还没有定档,如果每周都能有不同类型的新片投放市场,那么今年暑期档的票房表现就不会太差。影迷王先生表达了对文艺片《隐入尘烟》排片的不满,“一直没来得及看,

因为排片时间都不是很好,就中午有那么一两场,现在看很多影城都不排这部电影了。”

“影院现在面临的问题也是全国影院所面临的问题。一是新片、好片的持续刺激,这是保障票房收入的不二法宝;二是随着暑假到来,全国各地人民会有旅游出行的需要,人员流动明显提升,而各地的疫情时而反弹,给影院经营带来了许多不确定因素。”何雪梅说。

面对现在暑期档的影片定档情况,孙佳山认为,随着疫情进一步得到控制,

市场逐渐升温,相信在一段时间后影片的数量和类型都会丰富起来。

暑期档因其持续时间长,丰富的影片类型,充分满足观众的多样化观影需求,往往是一年中最重要的档期之一。56.94亿的《战狼2》、50.35亿的《哪吒之魔童降世》、31.1亿的《八佰》、31亿的《我不是药神》、25.47亿的《西虹市首富》、24.36亿的《捉妖记》等影片都是暑期档上映的,而现在暑期档赛程刚刚过半,是否会有更多高质量影片入市还是十分令人期待。

◎ 不仅复工,也在复产

与之前担心影院没有复工影响电影市场不同,现在观众反映出的“没有影片值得进影院观影”更让人担心。有业内人士向记者传递了这种担忧,认为现在存在“复工未复产”的情况。但是,不论是从影院所展现出营收的积极信号,还是新片立项创作消息都在证明着“电影不会死”。

从国家电影局官网的新片立项通知可以了解到,电影市场不仅是在复工,更重要的是内容创作也在稳步向前。众多立项拍摄新闻,都反映出电影市场稳中向好的局面,其中既有张艺谋导演的《满江

红》山西开拍,也有正在热映影片《人生大事》的续集立项;既有上影集团的《同学好》开机,也有刘德华监制的《潜行》正在拍摄中;既有因热门电视剧转而拍摄电影版的《爱很美味》杀青,也有张学友、谢霆锋主演的《海关战线》完成拍摄。创作端的不断更新,也会给影院放映端更多信心,唯有创作出高质量的影片才能够持续将观众“按”在电影院的座椅上。

同时,电影市场中的影片储备量是比较丰富的。多家民营电影公司手里都拿着不少还未上映但是引人期待的影片,如博纳影业的《无名》,万达影视的《哥,你

好》、《维和防暴队》,光线影业的《深海》,英皇电影的《刺猬》,开心麻花的《超能一家人》、《独行月球》,儒意影业的《保你平安》等。这些影片所能引起的话题热度在前期宣传中就可可见一斑。

多项利好政策的出台,也在帮助电影行业复工复产。5月份发布的《国务院关于扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》提出,文化、体育和娱乐业等7个行业企业纳入按月全额退还增量留抵税额、一次性全额退还存量留抵税额政策范围。此外,全国多地陆续推出帮助影院复工复产措施,如江苏、上海等地都宣布给予影院一

次性补贴、减免租金等相应政策。

不仅政策帮助电影行业复工复产,陈艳雅告诉记者影城也在努力搞“新花样”,“SFC上影城策划多种营销活动,如7月8日至7月17日,上海地区影院为迎接119天之后的影城复工,每天上午11:09分的场次可以享受11.9元的观影活动;7月8日至8月7日期间推出的119元时光畅游卡,不仅包含3张普通厅观影券,还有三个月的会员权益卡。”除了多种活动吸引观众重新走入影城,观众的观影热情也在感染着陈艳雅,“身边的朋友以及从观众群中了解到的信息都传递着,他们想

要早日走进影院的愿望。同时,团体客户也联系过我们想要组织观影活动,不过现在在受疫情反复和上座率的影响,团体客户的服务暂时还未恢复。”

当然,电影行业要想完全恢复到疫情之前需要更多的时间,这并不是一个一蹴而就的过程,而是螺旋上升式的。在恢复的过程中,不可否认我们会遇到很多困难,但是也要看到积极向好的一面。目前最为迫切的可能还是后半程的暑期档需要更多类型、更加适合全家观影的影片积极入市,因为市场热度还在、观众还在,中国电影市场依旧前景广阔。