

《孤注一掷》助推市场持续攀升 2023年暑期档票房突破170亿元

■文/本报记者 赵雨

进入暑期档后半程,“长尾效应”交织新片热映,持续助力票房攀升。

根据国家电影专资办数据显示,第32周(8月7日-8月13日),全国电影票房收入22.56亿元,创造暑期档新高,环比增长11.19%。反诈题材影片《孤注一掷》以13.69亿稳居周冠军,票房占比超60%;《封神第一部》上周票房3.52亿元,位列第二;《巨齿鲨2:深渊》以2.65亿的票房位居第三;《热烈》产出1.03亿紧随其后。

随着更多不同类型的新片涌入市场,暑期档在激烈的竞争中打破多项纪录。截至8月12日,2023年暑期档观影人次突破4亿,创近4年暑期档观影人次新高;8月13日,《封神第一部》票房突破20亿大关,紧随《消失的她》《八角笼中》之后成为2023暑期档第三部票房超20亿的影片,2023暑期档又创造一项新纪录:暑期档首次3部影片票房破20亿。8月15日,《孤注一掷》票房已超20亿,成为第四部票房超20亿的2023暑期档影片。

从大盘数据来看,截至8月14日,暑期档全国票房已经突破170亿元,这也是继2018年(173.77亿)、2019年(177.78亿)后暑期档票房第三次突破170亿。

中国电影评论学会会长饶曙光认为,今年暑期档电影的题材、类型、样式都呈现出多样化的态势。不仅有头部电影,还有更多腰部及中等成本电影,电影市场发展更加平衡。

对于今年暑期档的表现,饶曙光表示,“今年暑期档应该是最强暑期档,市场的复苏势头和增长走势还是令人满意的。”值得注意的是,现在票房的含金量更高了。“今年国产电影的市场份额占到80%以上,它填补了好莱坞电影留下的空白,非常难得。但同时也要看到现在很多影片是过去几年积压的库存,比如《封神第一部》《超能一家人》等,我们还需要创作更多高质量的新影片,实现新的生产力的释放,实现电影资源的优化配置,持续满足观众多样化的需求,才能实现中国电影的可持续发展。”

四川绵阳中环影城经理王征表示,这个暑期档,我们一同见证了国产电影的辉煌。国产电影不再是简单的追随者,而是创造者和引领者。每一部好作品都是对观众的承诺。他表示,大银幕上那些感人肺腑的故事,已经深深地触动了我们内心最柔软的地方。未来,中国电影将更加精彩纷呈,期待更多优秀作品涌现。



◎ 单周七天票房均超两亿元

于8月8日提档上映的反诈题材电影《孤注一掷》,掀起2023年暑期档新一轮观影热潮。截至8月15日,中国影史全国单日票房连续破亿天数纪录增至57天。按照目前市场票房走势,这一数字还将继续增长。值得一提的是,上周7天单日票房均突破2亿大关。

3天上映,加上公映8天的时间,票房累计20亿,这是放在暑期档任何一部影片都没有过的境遇。但是《孤注一掷》做到了。

该片契合了当前网上热议的电信诈骗社会新闻,短片方在短视频和社交网络平台的二轮提前宣传,未映先热。“我觉得电影有它的社会属性,它能引发一些社会上的讨论和人们的思考、反省和警

醒,所以我才会对许多社会议题情有独钟。”导演申奥说,“希望我拍出来的电影对这个社会有一些正面的价值和贡献,在这条路上,我决不会放弃。”

《孤注一掷》是申奥导演的第二部电影,在拍完《受益人》后,申奥着手为他的第二部电影寻找题材。他在大量新闻中关注到网络诈骗这一现象。“有个新闻讲的是一个在境外的诈骗集团,绑架了一对程序员,还雇用了一些美女,向境内伸出魔爪骗钱。我决定要去做这个题材。”在搜集素材过程中,他听说一位朋友的朋友因为接触到网络赌博和诈骗,损失了50万人民币,最后自杀。这件事给了申奥极大的冲击,他意识到,诈骗不仅要钱,还要命。因此,他决定把《孤注一掷》拍成一个

严肃题材的犯罪电影。

“逼真”是申奥在创作《孤注一掷》时最重视的关键词之一。为此,他和团队在筹备期间采访了网络诈骗受害者、被绑架进诈骗窝点最后成功逃脱回国的幸存者、奋战在反诈一线的公安干警等,收集了海量一手资料,还有调查记者写的新闻报道等。申奥感受最深的是,“每一个案件背后,损失的不仅仅是财产,而是一个个家庭、一段段情感的崩溃。”

主创团队甚至还跟着相关部门的反诈斗士到反诈一线进行调查和抓捕。申奥介绍,“境外一些地区连最基本的网络都没有,没信号,没宽带,路由器,我们想象中那些高科技的破案手段根本无法展开,还会遭到当地各种复杂势力的阻挠。所

以最后电影里也展现了警察会用很原始的办法侦查和抓捕。”

“其实完全可以通过老百姓的自律、警惕,避免这些案件发生,所以我觉得最重要的就是让大家提高反诈意识。这也是这部电影的社会意义所在。”申奥说。

正是主创团队的精益求精,才让这部电影引起观众共鸣、共情。正如王征所言,“不管营销手段、媒介再怎么变化,尊重观众的电影才能大卖。”

一部电影的可能性,下沉市场依旧是关键。

数据显示,《消失的她》更受四线城市的偏爱,而《孤注一掷》则获得不少二线城市观众的认可。只是在“破圈”层面,《孤注一掷》相对趋于观众全体。



◎ 东方美学缔造中国叙事新范式

“东方美学”是今年暑期档成功的另一大密钥。无论《长安三万里》,还是《封神第一部》,构建出的中国电影新美学及叙事范式广受好评。

十年磨一剑的《封神第一部》,某种意义上是对中华优秀传统文化的一次追溯与提炼。在最被观众乐道的服化道和置景上,导演乌尔善坚持“复古不泥古”,融合了元末明初的水陆画、商周青铜器元素和宋人山水的美学风格。

主创团队的付出,也得到观众认可。8月13日,《封神第一部》累计票房破20亿,随后,该片导演乌尔善发文:感谢4602万观众朋友与我们共赴中国神话世界!

这是一场电影作品与观众的“双向奔赴”。作为暑期档的口碑力作,《封神第一部》收获了大量自行进行影片安利的“封神自来水”,有观众表示:“《封神第一部》是独属于中国人的浪漫与羁绊,用‘封神’故事打开中华神话的宝库,让世界看到中

国人的浪漫情怀和瑰丽想象。”

在电影创作上,《封神第一部》的导演乌尔善为这部神话史诗系列耗时十年,不仅带领团队遍访豫、陕、晋等地的殷墟博物馆、青铜器博物馆等商周历史文物博物馆及宫观古迹,还聘请历史专家学者为团队做了“封神”和商周历史方面的解读。在演员选角方面,为了更好地诠释影片中的质子角色,剧组从全球海选的15000人中甄选出20多位年轻演员进入封神演艺训练营进行为期6个月的培训,严苛的选拔和训练最终才将如此鲜活生动、呈现在大银幕之上,将观众带进宏大奇崛的“封神”世界。

“《封神第一部》不仅代表了中国电影工业化的发展水平,还在传统文化的演绎和现代化转换中,呈现出电影创作者的文化自信和‘精神自主性’。”饶曙光表示。

中国文联电影艺术中心常务副主任宋智勤更是用“场面宏大、格局开阔、立意

新颖、气质非凡”来形容自己观看《封神第一部》后的感受。

高度且成熟的电影工业化令“东方美学”得以完美实现。

事实上,工业化不仅指电影制作技术层面,更在于流程与管理。

《封神三部曲》拍摄期间,据称剧组登记在册的工作人员有8000多位,拍摄时间长达400多天,制作和管理难度可以想象。但导演郭帆探班时却发现,“偌大的影棚里几乎听不到声音,大家井然有序,到下班吃饭,再准备第二天的内容。”正是剧组探索出了制度化和流程化的科学管理方式,确保了各环节之间高度顺畅地协作、配合。

顶尖的技术与高规格的中式审美碰撞,《封神第一部》创造了一种区别于“奇幻”类型的中国神话史诗的电影类型,这对国产电影来说是一次全新尝试,也是中国创作者对中华文化自信的一次深

层诠释。

动画电影《长安三万里》目前票房累计已超17亿,仅次于50.35亿的《哪吒之魔童降世》。该片与传统文化有机融合,构建了独属于中国动画电影的东方意蕴。

此外,大鹏导演,王一博、黄渤主演的《热烈》以及吴京、杰森·斯坦森主演的《巨齿鲨2》同样成绩喜人。

2023年暑期档以超出预期的态势走出新高度。尤其是《孤注一掷》上映后,暑期档后半程票房大涨。接下来,还将有《暗杀风暴》《学爸》《最后的真相》等优质影片在暑期档上映。

同时,今年暑期档高质量影片云集,话题性强的影片更是在票房上一骑绝尘。电影创作者在回归内容本身的同时,与观众“双向奔赴”;用心之作没有被埋没,花哨特效的“小品电影”不再让观众满意,中国观众更愿为优质内容买单,内容为王才是电影市场发展的核心法宝。

