

# 一周影市观察： 单周市场近24亿持续火热 年度票房已突破400亿元

■文/本报记者 李霆钧

2019年8月第二周(8月5日-11日),周票房达到23.87亿,人次6669万。其中,上周三(8月7日)“七夕节”当天便贡献了5.66亿,较去年的4.7亿上涨20.2%,创下“七夕档”历史新高。

单片方面,《哪吒之魔童降世》(以下简称《哪吒》)单周再收11.65亿票房,累计票房近35亿;《烈火英雄》累计票房超过11亿。新上映的《使徒行者2:谍影行动》(以下简称《使徒行者2》)首周末票房4.29亿,《上海堡垒》1.08亿。

电影市场在进入8月后,因《哪吒》、《烈火英雄》等国产片的出色发挥,升温趋势明显。业界认为,《哪吒》起到了带动市场的作用,《使徒行者2》等口碑较好的作品因此获得了更大的放映空间。截至8月11日,2019年8月市场票房已接近38亿;年票房也在8月9日突破400亿元大关。



## “利奇马”影响周末大盘 周票房逼近24亿元高位

刚刚过去的一周,市场大盘接近24亿,基本与上上周的24.31亿持平,位列2019年电影市场周票房榜第四位,历史第九位,观影人次也达到6669万。

去年同期,《一出好戏》、《爱情公寓》、《巨齿鲨》、《西虹市首富》、《狄仁杰之四大天王》等国产片成为8月上旬的主力,且票房分布较为平均。2018年8月6日-12日,共有四部影片票房超过3亿元。

相对而言,今年8月5日-11日,《哪吒》一片独大,单周票房达到11亿级别,《烈火英雄》、《使徒行者2》身处第二梯队,周票房分别达到5亿和3.6亿。新片《上海堡垒》单周票房已突破1亿元,在档期片《鼠胆英雄》、《银河补习班》也贡献了超1000万的周票房。

浙江星光院线总经理富海芳认为,上周电影市场依旧是《哪吒》撑腰,显示出较强的生命力,《烈火英雄》后半程口碑开始发酵,进一步提升了电影市场的热度。但后续跟上的影片没有延续热度,加上台风“利奇马”的影响,上个周末的票房没有实现平时周末的涨幅。

早年间街头卖艺就有“刮风减半,下雨全完”的说法,上周五,“利奇马”在浙江登陆,的确对票房大省上海、江苏、浙江、山东等地电影市场造成了影响。上周六下午接受采访时,富海芳恰好驻扎在“抗台一线”,静待台风过境杭州。他介绍说,浙江省是这次受灾较为严重的地区,很多电影院都减少了场次甚至暂停营业,相关部门也呼吁市民尽量减少外出。

除了浙江外,上海、福建、江苏、山东等省市也受到了台风的影响。周六全国大盘报收3.65亿,较周五的3.03亿仅有20.46%的提升。相比7月27日(周六,3.46亿)较前一日55.9%的增幅,以及8月3日(周六,5.23亿)较前一日45.7%的增幅,上周末的票房增幅较工作日上涨不多。富海芳分析,除了台风因素外,电影市场的决定因素还是影片本身,上周新片未能延续《哪吒》的热度,也是周末未能实现大幅增长的原因之一。

## 缺“应景片”无碍市场爆发 “七夕档”票房同比上升两成

在24亿的周票房中,上周三(8月7日)“七夕节”当天便贡献了5.66亿,较去年的4.7亿上涨20.2%,创下“七夕档”历史新高。

回顾近五年的“七夕档”,2015年-2017年,单日票房基本维持在2.3亿-2.5亿元上下,票房冠军分别为《白蛇魔女传》、《新娘大作战》和《盗墓笔记》。尤其是2016年,当天有《新娘大作战》、《恋爱中的城市》等多部应景爱情片上映。但“应景”之后,《新娘大作战》未能实现持续吸金的能力,“七夕”当日9200多万的票房,占总票房1.73亿的53.76%。

近两年,“七夕档”的单日票房呈现持续上升的趋势。去年“七夕档”恰逢周五,单日票房报收4.7亿,较上年增长103.6%,《一出好戏》以1.08亿成为单日冠军。而《欧洲攻略》则走上了《新娘大作战》的老路,虽然是应景之作,单日票房也达到9700余万,但上映第二天便跌至日榜第五位,最终以1.53亿票房收官。

今年“七夕”虽然赶上周三,且唯一一部爱情片《若能与你共乘海浪之上》还临时撤出,但《哪吒》等在档期片仍处在发力期,《使徒行者2》也选择在“七夕”当天上映,合力助推大盘来到5.66亿的高位。

单片方面,《哪吒》以2.51亿摘得日冠,新片《使徒行者2》1.73亿紧随其后,《烈火英雄》1.25亿位列第三。三部影片的票房产出占“七夕档”整体的97.1%。业界认为,今年“七夕档”整体表现不错,虽然没有爱情片,但强烈的社交属性让看电影成为大家过“七夕”的首选,质量参差不齐的爱情片没有扎堆入驻,也是电影市场与观众一同走向成熟的标志。

## 暑期档档期频繁营销滞后 《使徒行者2》IP基础成优势

上周的两部新片《使徒行者2》、《上海堡垒》未能在市场上掀起太大波澜,分别产出4.29亿和1.09亿,不敌《哪吒》和《烈火英雄》。

由张家辉、古天乐、吴镇宇等主演的《使徒行者2》是有剧集和电影前作的IP作品,第一部电影《使徒行者》在

2016年上映,收获6.05亿的票房。富海芳表示,《使徒行者2》的票房和口碑都不错,《无双》、《追龙2》、《扫毒2》都取得了不错的成绩,让观众重新认识并关注到了“港片”,且同期缺少节奏快的商业快餐电影,口碑又成正向发展,这些因素综合在一起,成就了4.29亿的首周表现。

北京ACE影城负责人刘晖认为,在8月23日之前,《使徒行者2》仍有放映空间,由于今年暑期档影片改档很多,很多作品的营销不充分,反倒是《使徒行者2》这种有IP基础的更有优势。在《哪吒》带动的情况下,《使徒行者2》的口碑有助于其占领更多放映空间。

虹膜影评人阿陆则认为,《使徒行者2》让人看到了卧底故事复兴的可能。他认为,“这是卧底故事在那些猜忌之外,最让人有代入感的兄弟情,尤其是当看到古天乐、张家辉、吴镇宇三个人站在一起的时候,会让你想到无数故事、无数片段。他们三人的聚首,就像是对那个黄金时代的一次致敬。以兄弟情来理解时代,既能让我们看到它的无情,也能让我们看到它的有义,这大概就是卧底故事之于我们最大的现实意义。”

相比之下,滕华涛执导,鹿晗、舒淇主演的《上海堡垒》首周只收回1.08亿票房,且口碑呈现出两极分化的趋势。刘晖认为,中国观众习惯“洗脑式”看片,如果映前点映口碑没有起来,后续就很难“翻盘”了。

8月11日上午,导演滕华涛在微博上发表长文回应《上海堡垒》的两极化口碑,在主动揽责的同时,也道出了“没有人想要去关上中国科幻片这扇闪着光的门”的肺腑之言。

今年春节档,国产科幻片《流浪地球》惊艳上映,最终以46.54亿的票房创下2019年电影票房新高并保持至今。《上海堡垒》上映后,有网友评价“《流浪地球》打开了中国科幻的一扇门,而《上海堡垒》又给关上了”。

但正如刘晖所言,《上海堡垒》虽然存在一定硬伤,但品质并没有大家批评得那样差。不少观众也表示,片中上海大炮做得很有重工业的机械感和科技感。

“文无第一,武无第二”,一部电影的成败得失,票房、口碑只是其中的一部分,更不应把责任完全推到一位创作者身上。

影视策划人、评论人谭飞在《环球时报》上发表文章中就谈到,“对于一部电影可以分析失败原因、批评,甚至嘲讽,但嘲讽中应保留起码的技术含量,而不应只为了满足口欲。《上海堡垒》是中国科幻电影奇耻大辱”这类情绪性的“标题党”抨击对中国科幻电影的发展没有帮助。”谭飞表示,也不必低估未来中国科幻电影的可能,目前还有很多中国科幻电影正在拍摄或即将上映,《上海堡垒》的失败是个教训,也能给今后的中国科幻电影一些启示。

## 《哪吒》连摘19个票房日冠 《烈火英雄》展现超强持久力

如果说《我不是药神》是去年暑期档最大的惊喜,那么已拿下36亿票房的《哪吒》,就是今年夏天最闪耀的明星。

截至8月13日,上映19天的《哪吒》拿下了19个单日票房冠军,几乎凭一己之力灼热了暑期档。中国电影观众满意度调查·2019年暑期档动画片调查显示,《哪吒》观众满意度87.5分,成为历史调查26部国产动画影片的满意度冠军,也创造了历史调查影片第四高分。

富海芳认为,《哪吒》最终票房有望突破45亿。“如果票房真的能够超过45亿,该片带给电影人的惊喜太大了,与《战狼2》一样,谁都没有想到,《哪吒》在这个暑期档能够创造这样的佳绩。不夸张地说,这部电影可以载入中国电影的史册。”

刘晖直言,《哪吒》已经是一部现象级的作品,这类影片的最终票房很难预测。

8月1日上映的《烈火英雄》的表现同样惊艳,累计票房已经突破12亿,更为重要的是,该片传递出的正能量得到了观众的一致好评。中国电影观众满意度调查·2019年暑期档调查显示,《烈火英雄》观众满意度85.3分,在2019年调查的25部影片中排名第三,同时居历史调查影片的第十位。调查结果现实,《烈火英雄》在演员表演、视觉效果等方面都有亮眼表现的同时,影片所承载的厚重情感和社会价值更与观众形成了深切共鸣,成功地塑造了消防员这个普通的集体英雄群像,使国产主旋律商业影片创作再添新范本。

《烈火英雄》上映后,很多观众被感动落泪,不少家长也表示,小孩子第一次被电影震撼到。采访中,市场人士和影评人一直认为,该片很有希望实现长线放映,未来一段时间该片依旧会有稳定的产出。富海芳特别谈到,中国需要更多的《烈火英雄》,需要更多正能量的电影。

## 年票房已迈过400亿大关 8月中下旬仍有佳片上映

截至8月9日,2019年电影票房已突破400亿,较2018年晚了四天。票房榜前五名《流浪地球》、《复仇者联盟4》、《哪吒》、《疯狂的外星人》、《飞驰人生》联手贡献164.34亿票房,共有10部影片票房突破10亿元。

电影市场在进入8月后,因《哪吒》、《烈火英雄》、《使徒行者2》等国产片的出色发挥,升温趋势明显。截至8月11日,2019年8月市场票房已接近38亿,已达到去年8月68.35亿的55.6%,在还有三个周末的情况下,8月市场很有希望实现同比上涨。

本周,《龙牌之谜》、《愤怒的小鸟2》、《沉默的证人》、《送我上青云》、《全职高手之巅峰荣耀》等影片即将上市,8月下旬还有《速度与激情:特别行动》、《保持沉默》、《铤而走险》等作品。刘晖预测,《愤怒的小鸟2》卖相不错,而《全职高手》属于“二次元”的作品,在网上很热,但是否能转化成票房,还是要持观望态度。“要么平淡收场,要么成为暑期档的‘黑马’。”刘晖说。

富海芳非常看好8月剩余时间的电影市场。他表示,从《沉默的证人》发布的物料看,影片具备一定卖点,很多人看过电视剧和小说,具有一定的基础。本周市场总体还是以在档旧片为主,《哪吒》的热度还会持续一段时间,有望实现每日7000万-8000万的成绩。

# 优秀国产影片展映启动仪式马尔康举行 庆祝中华人民共和国成立70周年 中影集团、成影集团向阿坝州赠送公益电影放映设备、放映场次

经理徐东,成都金沙院线农村数字电影有限公司董事长夏蕾,成都金沙院线农村数字电影有限公司总经理赖崇雷,阿坝州电影服务中心主任李健和州级宣传文化系统干部职工,马尔康市基层放映员代表参加了仪式。仪式由州委宣传部副部长杨贵海主持。

设备赠送仪式上,中国电影集团公司、成都市电影集团有限责任公司共同向阿坝州赠送了10套价值30余万元的流动电影放映设备和2000场电影放映场次,以此帮助阿坝州少数民族聚居区改善基本公共文化观影条件,充分发挥好电影为人民服务、为社会主义服务的初心和使命。其中,赠送的2000场电影放映场次包括有《开国大典》、《建党伟业》、《建军大业》、《遵义会议》、《红河谷》、《天上的菊美》等优秀国产主旋律影片,以及部分最新完成的重点影片,以满足展映活动的观影需求。

从8月起,全州13家县城及乡镇影院,与101个农村公益电影放映队将集中放映一批优秀国产影片,让流动电影银幕充分发挥出弘扬爱国主义精神、促进民族团结奋斗和繁荣发展的巨大作用。

李建军说,在红军长征走过的雪山草地——阿坝州启动优秀国产影片展映活动更有意义,这里也是优秀国产影片重点推荐展映的地方。他表示,下一步,公司还将与地方一道搜集一些红色经典或者好的故事,一起探讨合作拍摄优秀电影。

近年来,阿坝州委、州政府高度重视电影事业发展,以脱贫攻坚和全面建成小康社会为主线,深入实施农村公益电影放映工程,为广大农牧民群众送上积极健康的精神食粮。截至2018年底,全州培训基层放映员600余人次,组建放映队101个,累计放映农村公益电影20余万场次,受众人口达90%以上。

(阿坝州电影服务中心供稿)

# 第五届北京国际体育电影周开幕

号)为本届电影周的开幕影片。

开幕式在奥运之家合唱团悠扬悠扬的歌声中拉开帷幕,一曲《友谊之歌》尽诉“同一个世界同一个梦想”的体育光影梦,而《我和我的祖国》让现场氛围瞬间升温。北京奥运城市发展促进会秘书长付晓辉表示,“北京国际体育电影周‘不忘初心,牢记使命’,在推动体育强国建设、助力冬奥筹办上不断开拓。”

体育影视作品展映仍是本届电影周的重头戏,包括米兰国际体育电影节优秀作品展、经典再现——七十年经典体育电影回顾展等板块。电影周期间还将举行优秀体育电影作品展映、主创分享会、闭幕式等相关体育文化活动。

除体育影视作品展映、开展体育文化活动外,体育电影周还举办了第37届米兰国际体育电影节全球总决赛北京站作品征集评选。从奥林匹克精神、体育故事片、体育纪录片、体育电视短片与新媒体、体育广告、体育与社会、冬季运动项目和学生作品等单元的体育影视作品中评选出优秀作品,于闭幕式宣布评选结果并选送米兰参加全球总决赛,角逐素有体育界“奥斯卡”美誉的金花环大奖。

电影周还将再聚传媒力量,以“路跑”、“足球”、“户外极限运动”三个热门题材作品为主,聚焦类型多元的体育电影电视作品。截至目前,共征集到304部影片,入围影片共计116部,传媒荣誉板块三个单元组织媒体评审团对终评作品进行观影和评审,最终评选出18部“传媒荣誉”作品。

与此同时,在北京奥运博物馆的支持下,电影周期间还将开展多场展映活动和主题作品分享会。经国际奥委会授权,活动期间还将展映北京冬奥会及冬残奥会官方电影。值得一提的是,电影周还为视障人士开展专场展映。优酷将作为独家网络播出平台支持电影周线上展映活动。

(杜思梦)

本报讯8月12日上午,“庆祝中华人民共和国成立70周年优秀国产影片展映启动仪式暨中影集团、成影集团公益电影放映设备、放映场次赠送仪式”在四川阿坝州马尔康举行。中国电影集团公司、纪委书记袁临敏,中共阿坝州常委、宣传部长杨星,中影新农村数字电影发行放映公司总经理李建军,成都市电影集团有限责任公司党委书记、董事长邓尚宏,中影新农村数字电影发行放映公司副总

本报讯8月8日,由北京冬奥组委、中国奥委会和北京奥运城市发展促进会(以下简称奥促会)主办的第15届北京国际体育电影周在京开幕。本届电影周以“冬奥梦·体育情——喜迎祖国70华诞”为主题,继续秉承“传承奥运,促进发展”的宗旨,邀请奥运人再相聚,通过开展一系列活动,让更多的人感受到体育电影的魅力,传递健康向上、坚持拼搏的体育精神,为即将到来的2020东京奥运会和2022年北京冬奥会助力。新中国成立后拍摄的首部体育题材彩色故事片《女篮5