

大年初一票房14.54亿元 《长津湖之水门桥》单日6.41亿领跑

■文/本报记者 姬政鹏

据国家电影专资办初步统计,2022年大年初一(2月1日)全国电影市场共产出票房14.54亿元,吸引2593.1万人次观众走进影院观影。其中,《长津湖之水门桥》首日票房6.41亿元,单日票房产出第一,之后依次为:《四海》2.27亿元,《这个杀手不太冷静》2.14亿元,《奇迹·笨小孩》1.82亿元,《熊出没·重返地球》1.06亿元,《狙击手》4826.28万元,《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》2598.05万元,《小虎墩大英雄》731.89万元。

业界认为,随着终端银幕数不断增长,看电影已成为人民群众必不可缺的过年“新民俗”,春节档作为全年“吸金”效率最高的档期,有着强劲的市场潜力,有望实现新的突破。

《长津湖之水门桥》一骑绝尘 首日票房6.41亿,排座占比近四成

福建厦门的影院经理张恒告诉记者:“春节档期卖的是口碑,而大年初一卖的是期待”。

大年初一是观众全年观影热情最高的一天。张恒表示,和春节档其他几天不同,初一的排片在预售时就已经定下了,各家影院根据影片质量、口碑和上座率进行的排片调整,最早也要从初二开始。“尤其是今年受疫情影响,大部分影城经理没有机会提前看到春节档影片,影响排片的主要是预售情况和各家片方前期的宣发功课。”

从1月21日开启预售到1月31日,经过预售期间的角逐,2022年大年初一,中国电影市场单日排映场次56.4万场,刷新内地影史单日排映纪录。

其中,《长津湖之水门桥》首日以26.6%的排映占比登顶,《奇迹·笨小孩》首日排映占比达21.3%,《四海》以16.5%的占比位列季军,《这个杀手不太冷静》和《狙击手》分别以14.7%和9.7%紧随其后,《熊出没·重返地球》排映占比5.8%,在三部动画片中排在第一。

张恒说:“影城各个厅的座位数不同,大厅小厅的排映区别体现着放映端对于影片的信心,在今年初一,《长津湖之水门桥》从市场预期、热度指数、观众口碑等各个方面都占尽上风,IMAX、中国巨幕和杜比全景声等特效厅或座位数更多的大厅都更倾向于排《长津湖之水门桥》,其单日排座占比高达36.1%,与其他各片拉开了明显差距。”

最终,《长津湖之水门桥》在大年初一让1116.3万观众再度感受到了浓郁的家国情怀,单日票房6.41亿元,获得当日票房冠军。有观众告诉记者,整场观影肃穆沉浸,字幕出完后,站着看完的场务久久忘记开灯。

市场专家罗天文也表示:“今年是虎年,

中国人民志愿军出国作战的1950年也是虎年,在又一个虎年阖家团圆的日子走进影院致敬为国奋战的英雄,对观众来说也是一种特殊的仪式感。”

《长津湖之水门桥》稳稳收下今年大年初一的票房冠军,该片在大年初二的排片占比和排座占比分别上涨至31.6%和41.5%,与其他同档影片的差距进一步扩大。

在罗天文看来,《长津湖之水门桥》的前期热度和《唐人街探案3》类似,而且今年《长津湖之水门桥》的影片品质有保证,也能让观众共情,票房的可见性很强,基本可以锁定档期第一,并有望和《长津湖》一样,在档期内实现单日票房“逆袭”,“看好票房追上甚至超过前作,《长津湖》系列有很大希望能成为中国首个票房破百亿的系列电影。”

《奇迹·笨小孩》备受看好 业界期待《狙击手》实现“逆袭”

今年的8部新片在票房表现上呈“一超多强”格局。在《长津湖之水门桥》后,《四海》,《这个杀手不太冷静》,《奇迹·笨小孩》在大年初一当日依次产出票房2.27亿元、2.14亿元、1.82亿元,并未拉开明显差距,这也是中国电影市场首次出现五部影片单日票房破亿元。

猫眼专业版数据分析师刘振飞表示,“去年春节档《唐人街探案3》前期领跑,《你好,李焕英》后期领跑,两部头部电影占比超八成,而今年春节档,目前《长津湖之水门桥》领跑,而第二到第四竞争还很激烈,很难确定最终谁能排位靠前。”

刘振飞认为,《奇迹·笨小孩》是剧情片,有强情绪的潜力;《这个杀手不太冷静》是纯喜剧,在春节期间属于类型刚需,具有普适性;《四海》兼具喜剧和爱情元素,更能兼顾年轻观众的选择,“想要撑起整个春节档,‘多强’同样重要,今年这三部电影的发挥对市场有很大意义。”

广州金逸珠江电影院线总经理助理谢

世明坦言,春节期间,影院会密切关注实时的上座率、口碑等信息,再根据影院受众的具体差异性进行排片,“影片的宣传效应、明星效应、口碑效应从初一中午就会开始显现”。

谢世明还表示,聚焦新时代深圳,讲述一群小人物在电子产业蓬勃发展浪潮中拼搏奋斗故事的《奇迹·笨小孩》排映表现不错,“广州、深圳等东南沿海地区的年轻观众,会更有共鸣。”罗天文也认为,《奇迹·笨小孩》讲述的是平凡人砥砺前行逆袭故事,更容易得到年轻观众的认可和喜爱。

值得一提的是,多位业内人士都期待《狙击手》出现“逆袭”戏码。罗天文就表示,《狙击手》在题材上和《长津湖之水门桥》“撞车”,在大年初一的排片略低,但影片在当日依旧收获了4826.28万票房,接受了90.1万人次的检验,几乎没有差评。

他还说:“每年从初二起,影片质量、观众口碑对排片的影响不断增大,电影市场也会出现新的变化,春节档的票房关键要看初三起的市场走势,《狙击手》和去年春节档的《人潮汹涌》都是光线传媒发行,都是质量高、口碑好的作品,也有望和《人潮汹涌》一样,凭借口碑‘逆袭’,在档期中争得一席之地,并形成长线放映。”

在动画片方面,《熊出没》系列第八部大电影《熊出没·重返地球》大年初一单日票房1.06亿元,刷新春节档新片动画电影单日票房纪录,加映映票已达1.12亿元;另一部系列动画《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》单日产出2598.05万元,加映映共3693.2万元。

罗天文表示,根据初一的市场表现,动画电影在接下来几天的整体排片会有提升。《熊出没·重返地球》单日上座率超过55%,优势明显,他预测,从初二起《熊出没·重返地球》将在排片和票房上进一步拉开与其他两部动画片的差距,并创造该系列的票房新高(之前为《熊出没·狂野大陆》的5.95亿元)。

观众“自来水”助力口碑持续领跑 《狙击手》北大放映 观众“哭湿口罩”



主创与抗美援朝老战士合影

本报讯 近日,由张艺谋、张末联合执导的电影《狙击手》走进北大,在北京大学百周年纪念讲堂举办“热血青春”观影场进行专场放映,导演张末、编剧陈宇和“狙击五班”战士饰演者陈永胜、黄炎、王梓屹、王乃训、程泓鑫现身映后交流,与北大青年学子分享影片创作初衷与幕后故事。

现场,10岁就入朝作战的抗美援朝老战士张玉生、不记得身边事但仍记得“十五军战友们还在朝鲜打仗”的91岁老战士李修齐、1952年入朝作战的玉晋淑老人也与主创一道将亲身经历与北大青年学子分享,颤抖的声音背后是抹不去的家国记忆,耄耋之年却仍挺直的脊背是志愿军战士伟大精神的烙印。此外,“最美退役军人”宋玺也现身映后交流现场,两代战士们的同框,让人感动。

张玉生表示,他的生就是以战友的牺牲换来的,“他的命救了我一命,所以我今天才能够坐在这儿”,挺直的脊背肩负着的不仅是他自己的人生,还有战友的人生。玉晋淑老战士说“朝鲜这个战场上没有前方后方,都是前方”,每个战士踏上战场保家卫国都是英雄,她略显颤抖的声音背后是一幕幕壮烈的牺牲,“希望所有的同学们记住,们今天的幸福生活来之不易,是无数个革命烈士的生命换来的,国家希望你们,希望你们为了国家好好学

习。李修齐是现场三位中年年龄最大的一位,已经不太记得身边事的他,一直喃喃自语的两句话令在场观众瞬间泪崩——“我是十五军的,我的战友还在朝鲜打仗”。真实的抗美援朝故事让现场不少同学潸然泪下,影片中“狙击五班”战士英勇无畏的付出也更显真诚,年轻演员们塑造的鲜活角色,如同老战士们平凡字词背后蕴藏的普通却英勇无畏的千千万万中国志愿军战士一样,有着真实且震撼人心的力量。

现场有同学表示,冬奥和《狙击手》都是展现国家实力的渠道,当年的先辈通过抗美援朝战争守护了国家尊严,现在我们用冬奥和全世界人民“一起向未来”,共通的情绪也让影片在春节这个节点有了不一样的意义。观影中观众们三次自发鼓掌,“哭湿口罩”、“哭完全程”、“中国狙击手独有的风格”口碑好评不断,社交平台自发评价“你可以永远相信张艺谋”,是“国产战场片中难得的佳作”。

截至2月8日,《狙击手》票房已突破3亿,观众口碑也随之飙升,一致好评盛赞影片“一部非常真实专业的战争电影”、“四两拨千斤,以小见大层层反转”、“将战士钢铁般的大无畏精神表现得淋漓尽致”、“主旋律也可以看得很沉浸”。许多观众甚至自发在社交媒体上“求排片”、“希望带着父母家人一同二刷”。(李霆钧 姬政鹏)

(上接第5版)

◎口碑好,潜力足

《这个杀手不太冷静》《狙击手》上演“逆袭”

春节期间,《这个杀手不太冷静》《狙击手》上演了票房“逆袭”的戏码。

档期首日,《这个杀手不太冷静》产出2.14亿元票房,低于《长津湖之水门桥》和《四海》排在第三位,排片和单日票房大盘占比均为14.7%;该片初二票房2.15亿元、初三2.48亿元,连续实现“逆袭”,并在之后的档期中表现稳定,到了假期最后一天,《这个杀手不太冷静》收获2.16亿元,票房和排片占比已经上涨到28.2%和25.2%。

在采访中,多位业内人士认为,《这

个杀手不太冷静》在类型上占了优势,作为今年春节档唯一的纯喜剧片,它更加符合观众过年观影的需求。张文伯说,喜剧是最适合春节档的影片类型,有着最大的红利加成,“《这个杀手不太冷静》是今年春节唯一一部标准的喜剧类型片,在档期内类型上占有绝对优势,加上影片质量也有保证,自然会成为观众春节假期观影的重要选择。”

董文欣也表示,“《这个杀手不太冷静》是整个春节档期最有影院观影氛围的电影之一,它充分体现了影院‘众乐’的剧场感,听着全场笑声,这一年的不开心都烟消云散了。”

值得一提的是,《这个杀手不太冷静》在各地观众的接受程度上有着明显的地域特点,票房产出大部分依靠北方观众,而且越靠北卖得就越好。数据显示:在黑龙江、吉林、辽宁三省,该片的档期票房贡献比在40%左右;河北省和北京市则在28%上下,在江苏省和上海市约为21%,到了湖南省和广东省,进一步下降到18%和16.9%。

“热度不高,讨论度也不高,但就是

能卖座。”一位吉林长春的影院经理说,“过年期间大家还是希望能看一些开开心心的片子,很多影迷来前台购票直接问有没有什么搞笑的,有没有喜剧片。”

相比之下,《狙击手》的“逆袭”更加励志。作为同样聚焦抗美援朝战场的电影,《狙击手》直接面临《长津湖之水门桥》的激烈竞争。档期前两天,该片仅收获7940万元票房,排在同档新片第六位,但从大年初三开始,《狙击手》在排片和单日票房上连续“逆袭”,走势格外抢眼。

大年初四,冬奥会开幕式惊艳亮相,“开幕式后给张艺谋补张电影票”词条登上热搜;初五,《狙击手》单日票房产出5200万元,环比大涨超过30%;初六,也是档期最后一天,《狙击手》的排映占比回升至9.7%,已经恢复到了上映首日的水平。

陈丹表示,《狙击手》电影本身质量过硬,但因为题材类型上和《水门桥》相撞,所以起片上不占优势,但随着冬奥会开幕式成功,张艺谋执导的这部佳片也随之引起更多关注。他认为,“春节档后半段以及假期之后才是《狙击手》

真正开始发力的时候。”

数据显示,春节期间《狙击手》的全国平均上座率为14.2%,其中一线城市上座率高达19.4%,在春节档真人电影中排名第一,但在二三四线城市的上座率分别为14.8%、12.7%和11.5%,还有上涨的空间。罗天文表示,《狙击手》影片质量有保证,口碑效应已经开始显现,但还需要时间向二三四线城市甚至县级、乡镇影院市场下沉。

他还认为,《狙击手》的口碑和票房走势与去年春节档的《人潮汹涌》类似,能够通过口碑形成长线放映,而且今年银幕数量更多、放映空间更大,《狙击手》在春节档的市场表现也更好,给《狙击手》一些时间,随着口碑的进一步下沉以及春节假期过后,主力消费人群开始往一二线城市回流,相信它能释放出比《人潮汹涌》更大的票房潜力。”

虎年春节档期之内,《狙击手》累计收获票房2.62亿元,远高于去年同期《人潮汹涌》的1.51亿元。罗天文预计,《狙击手》的最终票房有望超越《人潮汹涌》达到8亿至10亿元量级。

