

多项指标实现回升,本轮疫情影响开始缓解 5月电影市场超7亿元票房收官

■文/本报记者 姬政鹏

据国家电影专资办初步统计,2022年5月,全国电影市场共产出票房约7.2亿元,月内共放映影片近750万场,吸引超过2100万人次观众走进影院观影。其中,五一档共产出票房2.97亿元,共排映影片144.4万场,吸引868.5万人次观众观影,五天假期平均每日大盘产出0.59亿元,每日排映28.88万场,平均每日有173.7万人次走进影院,三项日均指标同比清明档均回升30%左右。

到了5月底,随着进口动画片《哆啦A梦:大雄的小宇宙战争2021》(后简称《哆啦A梦》)上映,全国影院每日营业数量已经回升至8900家左右,有了这个基础,国产新片也开始陆续定档。5月7日和25日,之前曾撤档的《遇见你以后》和《暗恋·橘生淮南》先后定档6月3日,这也是本轮疫情以来,首波撤档后再次定档的影片,一定程度上体现出片方对市场的信心正在陆续恢复。

此外,暑期档的部分影片也开始启动宣传。分别定档7月8日、9日的动画片《开心超人之英雄的心》和《海底小纵队:洞穴大冒险》宣布将于6月1日起进行全国点映;定档7月8日,聚焦消防题材的《惊天救援》也在5月26日发布首支预告片,开始预热。

业内人士表示,京沪两地疫情逐渐稳定,电影院有望在近期陆续解封,全国电影市场已经进入复苏状态。随着市场表现的持续好转,会有更多国产影片定档,尤其是6月10日,进口影片《侏罗纪世界3》会在国内同步上映,“头部影片带热大盘后,中小成本影片的档期选择也会更加有底气。”



◎ 多项市场指标实现回升 本轮疫情影响开始缓解

整个5月,电影市场总体还处于疫情影响下,但放映规模逐渐恢复,产业复苏的步伐也愈加稳健。在月内,五一假期(5月1日至5月4日)、“5·20”(5月20日)以及六一儿童节前(5月28日至5月31日)三个对电影市场有特殊加成的时段,相对更得到市场青睐,实现了较高的票房产出。

五一档期,在疫情影响下,仅有国产爱情片《我是真的讨厌异地恋》和进口动画片《坏蛋联盟》两部新片上映,档期内各项市场指标均显现出反弹势头。

5月1日,全国营业影院数反弹至8269家,单日排映场次达到29.3万场,这是3月13日(31.3万场)以来单日排映首次突破29万场,全国单日票房回升至8157.2万元,创下自2月27日(9180.2万元)以来的单日票房最佳表现。

假期五天时间,在北京、上海、广州三大票仓城市影院几乎全部停业的情况下,共产出票房2.97亿元,平均每日大盘产出0.59亿元,比一个月前的清明档(0.41亿)回升超过30%;五天共排映影片144.4万场,平均每日排映28.88万场,比清明档(20.97万场)回升也近30%;假期共吸引868.5万人次观众走进影院观影,平均每日173.7万人次,比清明档(115.97万人次)也回升了三成以上,三项指标的对比可以看出,疫情对于电影市场的影响正在逐步缓解。

今年的5月20日恰逢周五,除北京上海两大票仓城市影院停业外,全国其他城市影院陆续恢复营业,全国单日营业影院数量已经回升至8797家。在重映影片《我要我们在一起》的助力下,当日票房产出5677.54万元,

单日大盘为前一日的近6倍,可以看出特殊档期对于电影市场的加成效果。《我要我们在一起》复映首日收获票房2397.24万元,刷新了国产电影复映首日票房纪录(之前为《大话西游之大圣娶亲》重映首日的1661.2万元)。

5月28日,最新版进口动画片《哆啦A梦》上映,新片驱动市场,当日全国8922家营业影院共排映29.6万场,远高于前一日的22.7万场,单日产出票房3573.68万元,其中,《哆啦A梦》单片产出1147.52万元,占比达32.1%,刷新了2022年进口动画片上映首日的票房纪录(之前为《精灵旅社4:变身大冒险》4月3日的1135.9万元)。在《哆啦A梦》上映后,全国影院营业数量已经回升至8900家左右,为六一儿童节和端午档期新片提供了较为稳定的市场放映空间。

◎ 《坏蛋联盟》暂列进口影片年度第一 《我要我们在一起》为重映片提供借鉴范本

在5月内,爱情片和动画片是更受市场欢迎的两个类型。4月29日上映的进口动画片《坏蛋联盟》在市场缺乏新片的情况下,5月内共收获票房1.9亿元,位居月度票房榜首位,《坏蛋联盟》也因此成为2022年首部票房破亿的进口动画片,也是今年第五部破亿的进口影片,并超过《神奇动物:邓布利多之谜》暂时位居今年进口影片票房第一,这也是自2016年《疯狂动物城》以来,动画片再次获得进口影片年度票房榜首。

同样是4月29日上映的国产爱情片《我

是真的讨厌异地恋》在月内收获1.3亿元票房,排在第二。

市场分析师温特认为,《我是真的讨厌异地恋》主要依靠新人演员,制作成本相对较低,取得目前的市场成绩已经稍好于预期,他特意称赞了该片在五一档期前上映的决策,认为这是一次双赢的选择。

“影院其实和超市类似,需要持续有新商品上架,才能吸引观众。今年五一档之前,其他影片陆续撤档,市场比较空,影院的信心也比较低。《我是真的讨厌异地恋》选择

这时上映是双赢,对于片方来说,能在带假档期内获得可观的排映空间,对于影院来说,多了一部能够吸引年轻观众群体并且能制造话题的国产爱情新片可供选择。”

温特表示,《我是真的讨厌异地恋》能在5月收获不错票房,类型优势提供了很大助力,该片的票房成绩也再次证明了爱情片是市场刚需,青年情侣是重要的消费人群。

从5月1日起至5月20日,《我是真的讨厌异地恋》一直保持在单日票房榜的前两位。5月20日之后,该片的单日票房产出开

始显露颓势,主要原因是爱情片《我要我们在一起》重映,分流了部分观众。

5月内共有《笨鸟大冒险》、《我要我们在一起》、《五个扑水的少年》3部影片重映,除了《我要我们在一起》取得近5200万元票房外,剩下两部影片的重映票房都在500万元以下。

对此,市场专家罗天文表示,复映影片票房成绩一般都不会太高,《我要我们在一起》之所以票房成绩好是多方面因素的共同作用。

首先,爱情片比青春片和动画片受众群

体更大;其次,《我要我们在一起》首轮放映票房3.26亿元的票房成绩,比剩下两部影片也要高很多,第三,片方的准备和重视。

“影片重映并不是提交个申请,给影院寄块硬盘就完事了,为了这次重映,《我要我们在一起》片方特意做了海报等物料专门进行宣传,投入了较大的宣传成本,相关词条一度被推上了热搜,片方还准备了进行票补的相关费用,非常用心”,罗天文坦言,《我要我们在一起》给其他重映影片提供了借鉴的范本。

◎ 新片供给日渐丰富 专家建议片方重视宣传营销

随着放映市场逐渐企稳,接下来市场上的新片供给也日渐丰富。5月7日和25日,之前曾撤档的《遇见你以后》和《暗恋·橘生淮南》先后定档6月3日,这是本轮疫情以来,首波撤档后再次定档的影片,也在一定程度上体现出片方对市场的信心正在陆续恢复。

济南百丽宫影城总经理董文欣表示,目前除了北京、上海疫情日趋稳定,影院有望在近期解封外,其他省市大部分地区影城大多数都已经复工,复工率已经达到了七成以上,再加有些有复工条件但因为市场冷淡而没有复工的数量也不少,所以影院复工数量其实已经能够满足靠下沉市场拿票房的影片。

定档的两部影片都是爱情片。董文欣表示,目前爱情片是最需要下沉市场的。一线城市国产爱情片占比只有10%左右,北京上海两个城市最多5%,去除一些营销宣传的因素,北京上海停业的损失也不会超过10%。

《暗恋·橘生淮南》、《遇见你以后》定档端午档期,也是决定要在下沉市场拼一

把”,董文欣说:“5·20”复映片《我要我们在一起》创复映片首日票房纪录,也让爱情片同行对市场增强了信心,有了第一次吃螃蟹的影片,后面的影片态度也会更加积极。”

此外,暑期档的部分影片也开始启动宣传。5月23日,定档7月8日的动画片《开心超人之英雄的心》宣布将于6月1日起在全国范围内开启多轮点映;5月26日,将于7月9日上映的《海底小纵队:洞穴大冒险》也宣布将于6月1日以及端午档期(6月3日至5日)进行全国点映;也是在5月26日,定档7月8日的聚焦消防题材《惊天救援》发布首支预告片,开始宣传预热,市场“片荒”有望得到缓解。

市场专家罗天文认为,目前看来全国电影市场已经进入复苏状态,5月市场总体表现比4月好很多,在《哆啦A梦》上映后,单日场次、票房、人次等指标出现明显回升,随着市场表现的持续好转,相信会有更多国产影片定档,尤其是6月10日,进口影片《侏罗纪世界3》会在国内同步上映,“头部影片带热

大盘后,中小成本影片的档期选择也会更加有底气。”

对于是否有影片“空降”定档,罗天文表示,影片上映前需要预热,能够“空降”的影片只可能是之前做过宣传、有过档期调整的影片,“《暗恋·橘生淮南》和《遇见你以后》之所以能够提档上映就是因为之前做过一轮宣传,观众心中有些印象,但尽管如此,

《暗恋·橘生淮南》的宣传期还是稍显局促,希望片方能做好宣传,让影片取得好的票房成绩,也给即将进入暑期档的电影市场添一把‘火’。”

他还认为,目前市场上新片稀缺,新上映影片基本不缺放映空间,但受疫情影响,影片宣传会遇到不少困难:“本来片方就在压缩宣传成本,而且大部分宣发公司在北

京,受疫情影响都在居家办公,物料制作、沟通往来、物流快递等方面都会受到影响。”

罗天文坦言,各家片方还是要克服困难,加强宣传,“目前受疫情等多方因素影响,观众的关注点可能不在电影上,建议之后上映的影片做好宣传,找准宣传点,充分利用各种线上营销渠道和手段,把影片卖点尽最大可能推广给目标观众。”

