

中国电影市场 首破 500 亿大关

中国电影市场已经迈入 500 亿时代。

20 日晚间,来自国家新闻出版广电总局电影局的数据显示,中国电影年度票房突破 500 亿元,用 324 天首次突破 500 亿元大关,观影人次达到 14.48 亿,同比增长 19%。

国产影片票房 262 亿元,占比达到 52.4%。中外影片票房过亿的 82 部,其中票房过十亿的 13 部。

500 亿票房之路 国产影片占比达 52.4%

近年来,中国电影市场始终以年均 30%左右的增长率保持高速增长。2012 年,全国电影票房 170.73 亿元,中国超越日本成为仅次于美国的第二大电影市场;2013 年,突破 200 亿元;2014 年,逼近 300 亿元;2015 年,达到 440 亿元……正当人们期待着 2016 年中国电影市场突破 500 亿元的时候,当年票房却仅较上年增长了 3.73%,以 457 亿元收尾。一时间,有人说中国电影市场已经触到了“天花板”,也有人认为中国电影市场高速发展的神话已经结束,进入了漫长的低速发展期。然而,今年以来中国电影市场的发展态势,对这些言论给予了有力的回击。

3 月 1 日,100 亿元,用时 60 天,比 2016 年晚 6 天。

三重要档期全井喷 《战狼 2》单片达到 56.82 亿

春节档 1 月 27 日至 2 月 2 日七天(除夕至初六)总票房 33.55 亿元,总人次 8852.64 万人次,票房比 2016 年春节档增长 8.66%。1 月 28 日(正月初一)单日票房创下 8 亿元新高。

暑期档(6-8 月)票房产出约为 163 亿元,相比去年的 125 亿,增长 38 亿元。共上映影片 140 多部,其中票房过亿影片 22 部,票房过 5000 万影片 11 部。

国庆中秋节档(10 月 1 日-8 日)以八天 26.29 亿的成绩收官,除 10 月 8 日外,其余每天票房都超过 3 亿;八天共吸引 7720.36 万人次观影,同比去年

5 月 6 日,200 亿元,用时 126 天,比 2016 年提前 16 天。

7 月 21 日,300 亿元,比 2016 年提前了 10 天。

9 月 5 日,400 亿元,比 2016 年快两个月,其中 290 部国产电影贡献票房 210 亿元,57 部进口电影贡献 190 亿元。

11 月 20 日下午 6 时 57 分,中国电影年度票房突破 500 亿元,国产影片票房 262 亿元,占比达到 52.4%。中外影片票房过亿的 82 部,过十亿的 13 部。

2017 年剩下的时间里,还有《红海行动》《芳华》《妖猫传》《机器之血》《奇门遁甲》等优秀国产片入市。多位市场人士预计,2017 年中国电影市场观影人次预计能够突破 16 亿,票房有望冲击 550 亿元。

(10 月 1 日-8 日)增长 42%。总票房与观影人次都创下了国内“十一”档期新纪录。

国产片《战狼 2》单片票房达 56.82 亿,总观影人次达 1.59 亿,成为《星球大战:原力觉醒》之后全球范围内唯一一部单市场票房突破 8 亿美元的电影;在国庆档夺冠的《羞羞的铁拳》累计票房超过 22 亿,刷新 2D 电影内地票房纪录;《速度与激情 8》打破进口片票房纪录,《摔跤吧!爸爸》打破印度电影内地票房纪录,《看不见的客人》打破西班牙电影内地票房纪录,《天才枪手》打破泰国电影内地票房纪录。

主旋律影片开始受热捧 喜剧片依然受观众期待

纪录频破背后,国产商业片市场创作呈现出一系列新特点,主旋律影片开始受热捧,除了频破票房纪录的《战狼 2》之外,《建军大业》《空天猎》《十八洞村》等都取得了不错的票房成绩,即将上映的《红海行动》也备受期待。

IP 改编回归冷静,《三生三世十里桃花》《嫌疑人 X 的献身》《悟空传》等影片票房虽不及预期但表现依然稳定,近几年包括网剧和网大在内的影视作品数量大增,伴随而来的是观众观影水平和甄别能力的显著提升,IP 改编作品逐渐饱和,单纯追求明星阵容、制作优势已不再是各方努力的方向,深度开发、耐心打磨才是取胜之道。

喜剧片依然受观众期待,并逐渐形

成了多个具有票房保障的系列:开心麻花团队创作的喜剧系列,春节档的周星驰风格影片系列,徐峥的“囧”系列,都在形成中国电影的“喜剧新势力”。商业片之外的各种小众电影类型和题材也获得了更为广阔的放映空间。截至 11 月 20 日,全国共有影院 9400 家,银幕 49721 块。如此广大的放映空间下,《冈仁波齐》《八月》《77 天》等文艺片,《二十二》《重返狼群》等纪录片,《熊出没》系列、《赛尔号大电影》系列、《十万个冷笑话》等动画品牌,《明月几时有》《时间去哪儿了》《荡寇风云》《龙之战》等主旋律影片都在市场上找到了自己的定位。

《冈仁波齐》作为国产文艺片,在《变形金刚 5》的强大压力下票房过亿,体现了观众观影口味的转变,给了国产文艺片更多信心。

青年导演人才辈出 观众口碑越来越重要

票房不是衡量产业发展健康与否的唯一目标。近年来,中国电影市场最显著的变化表现在,观众口碑对电影票房的推动作用越来越明显。“中国电影市场规模的扩大已经不再以影院建设、银幕数增加为单一动力,观众对电影艺术水准和工业水平的要求越来越高,电影好不好看、口碑好不好对观影决策越来越重要。”清华大学教授尹鸿说。

由中国电影资料馆联合艺恩咨询开展的“中国电影观众满意度调查”显示,2017 年已结束的各个档期中,观众满意度均保持在 80 分以上,其中春节档满意度 80.9 分,春季档满意度 81.9 分,五一档满意度 82 分,暑期档满意度 85.7 分,国庆档满意度 83.5 分。

青年人才的成长是一个国

家的电影行业保持可持续发展最重要的因素。2017 年截至目前,全国电影票房前三名中,《战狼 2》和《羞羞的铁拳》都是青年导演的作品。

近年来,加强对青年电影人才的培养力度,越来越成为电影行业的共识。国家新闻出版广电总局电影局从 2013 年到 2017 年每年举办“中国电影新力量”论坛,还每年组织优秀青年导演赴美国好莱坞学习调研。与此同时,中国电影导演协会的“青葱计划”、贾樟柯导演主导的“添翼计划”等,也都从创作理念、资金、资源等多方面为青年人才提供支持。“青年电影人才对新理念、新科技的接受能力非常强,正在创造属于当下中国的新的电影语言和电影表达,也有力地推动了中国电影工业化水平的提升。”尹鸿说。

500 亿票房背后 发展不平衡、不充分的现象也日益显现

“截至 11 月 20 日,我国已经拥有影院 9400 家,银幕 49721 块,是全世界拥有银幕数最多的国家。如果说过去我们要解决的是观众看不到电影的问题,今天要做的就是怎么让观众看到更好的、自己想看的电影。”中国艺术研究院研究员贾磊磊说。这也对中国电影市场的下一步发展提出了挑战——影院多了,观众的要求高了,分众化的需求日益形成,市场如何才能在精耕细作中满足人们不同的观影需求?

当然,500 亿元票房背后,也可以看到中国电影行业十几年高歌猛进后,发展不平衡、不充分的现象也日益显现。

2017 年迄今为止的 500 亿元票房中,国产票房为 262 亿元,占比 52.4%。在全球范围内,中国电影持续多年始终占据着本土电影市场的主体地位。然而,也正是在这 262 亿元国产片票房中,票房排名前两名的国产片《战狼 2》《羞羞的铁拳》就占到国产片总票房的 30%,影片质量的良莠不齐由此可见一斑。

业内人士指出,中国电影在下一阶段的转型升级中,必须进一步提高创作质量、优化产品结构,以更加多元化的创作、更加专业的服务,更好满足观众日益多样化的观影需求。