

春节档电影票房7天33.8亿

2017 中国电影市场开盘良好能否延续全年

低调了一年的中国电影市场，终于在鸡年春节开始沸腾。从大年初一单日8亿元票房开始，大盘在《功夫瑜伽》《乘风破浪》《西游伏妖篇》《大闹天竺》和《熊出没·奇幻空间》五部影片的带动下再创新高。

记者从中国电影数据信息网看到，从1月27日至2月2日期间，内地电影总票房达33.8亿元，距离去年的7天34亿元仅有一步之遥。但对于春节档的票房爆棚，不少身处市场前沿的业内人士依然心存隐忧。一方面，今年春节档的票房争夺战跌宕起伏，上演了偷袭、逆袭、票补等各种好戏；另一方面，在度过预售高峰期后，后续缺乏口碑效应。专家认为，春节档大盘不足以推断2017全年电影票房的走势。



▲《西游伏妖篇》剧照

文化娱乐现象述评

两种现象

“黑马”频频逆袭

今年春节档的票房争夺战格外精彩。和去年《美人鱼》一家独大不同的是，今年的影片是“你方唱罢我登场”，上演了各种逆袭的好戏。大年初一，《西游2》《大闹天竺》《功夫瑜伽》《乘风破浪》《健忘村》《熊出没3》6部影片同天上映，贡献了98.8%以上的票房。大年初一单日票房突破8亿元高峰，总观影人次超过2000万。

春节档票房上率先领跑的是周星驰、徐克联手打造的《西游伏妖篇》。该片凭借超高的预售成绩，在上映首日即斩获3.56亿元票房，打破《速度与激情7》单日3.4亿元票房纪录，问鼎内地华语单日冠军；紧随其后的是同样脱胎于“西游”的王宝强导演处女作《大闹天竺》。王宝强在宣传上深耕二三线城市，效果显著。该片上映首日票房1.86亿元，位居第二；成龙的《功夫瑜伽》以1.37亿元排名第三。

而这样的格局只维持了一天，成龙的《功夫瑜伽》从大年初二开始逆袭，在票房上一举超越了《大闹天竺》，并在上映第5天拿下单日最高排片，以1.49亿元的成绩力压《西游伏妖篇》，夺得单日票房冠军。

第二部实现逆袭的，是韩寒执导，邓超、彭于晏、赵丽颖等共同主演的《乘风破浪》。带点文艺小清新风的《乘风破浪》初上映时表现并不出众，票房成绩仅位列第四。此后，该片以其良好的口碑效应吸引大批观众，在豆瓣等影评网站上的评分一路走高，以6.9分的成绩在春节档影片中排名第一。到了大年初四，《乘风破浪》以单日票房6382万元的成绩一举超过了《大闹天竺》，毫不意外地跃升至季军位置。

小镇青年发力

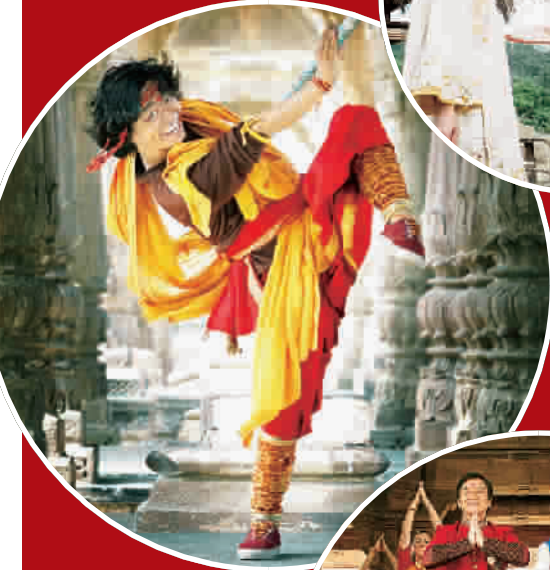
值得注意的是，一线城市在这个春节档的表现不容乐观。据公众号“娱乐资本论”报道，某一线城市影院经理在大年初一统计了整个片区竞争对手的数据后发现，在当天全国票房同比增长20%的背景下，所在片区的多家影院同比去年都出现了不同程度的跌幅，跌幅最高的竟然超过了50%。

记者询问了包括上影CGV、博纳银兴影城、上海影城、UME影城等在内沪上多家影院经理后获悉，不少影院的上座率在春节期间确实略有下降。上影CGV的赵经理一针见血指出，春节期间票房的暴涨并不完全是因为观影人次的增加，而是因为今年票房统计中还包含了电商服务费，“而且这些服务费包含在观众实际购买价里，所以对观众来说，并没拿到什么实惠。”

电影咨询机构的数据显示，今年春节档首日，一线城市观影人次同比下滑3%，票房同比下滑2%。而与此形成鲜明对比的是，三四线以及县级的影院被引爆。在江苏兴化一个10万人口的小镇上，一家影城的600



▼《大闹天竺》剧照



▲《健忘村》剧照

▼《功夫瑜伽》剧照



▲《熊出没·奇幻空间》剧照



▲《乘风破浪》剧照



个座位在春节期间座无虚席。在几乎没有票补的情况下，实现了票房同比增长20%的成绩。影院经理认为，北上广工作的年轻人回乡后，极大地带动了当地的观影热潮。业内人士表示，随着国内影院的快速建设，影片的观众人群逐渐从一线城市向二至五线城市拓展。叠加春节假期的人口迁移因素，三、四线城市成为“春节档”票房的主要来源。此外，春节期间几部影片发行方的“地级营销”，也成为“小镇青年”贡献票房的重要因素。

两个隐忧

口碑与票房不匹配

2017电影市场的开门红，却抵消不了繁荣背后的隐忧，首当其冲就是口碑与票房的不相匹配。豆瓣网的数据显示，春节档诸多大片中，评分及格（6分）的寥寥。《乘风破浪》以6.9分的成绩排在榜首，《熊出没》以6.1位列第二。《功夫瑜伽》5.7分，一度票房领跑的《西游伏妖篇》仅为5.6分，王宝强的《大闹天竺》评分只有3.9分。

周星驰与徐克的“强强联手”也抵消不了观众对《西游伏妖篇》的失望。影评人“蜜桃淘电影”就直言不讳地批评：“重复再重复的喜剧烂梗，重复再重复的深情主题，看多了实在是腻”。

据专家分析，如今的春节观影已成刚需，要冷静看待“刚需”推动下的春节档票房爆棚，不能以此来推断全年票房的走势。而春节档票房的爆棚也掩盖了影片质量不够好的问题，电影人在赚钱的同时应该努力让自己的作品更走心。

票补形成恶性循环

今年春节档的票房成绩，有相当大一部分得益于票补的卷土重来。2015年，电商为了拓展用户而对电影票价进行票补的行为，直接将当年的票房推高到400亿元之上。随之而来的票补退潮，也客观上导致了2016年的电影票房难以保持增长态势。

今年春节档，电影票补再度卷土重来。春节前多个电商平台上都出现了“14.9元看电影”、“19.9元看电影”的低价票活动，然后再把差额补给影院，受益者恰好是《西游伏妖篇》等春节档上映的国产大片。值得一提的是，春节档这几部大片的预售成绩都非常好，《西游伏妖篇》甚至在上映前的预售总票房已达1.76亿元，创中国影史上预售最高票房纪录。

有媒体披露，根据电影平台与影院签订的“票补”协议，影院只有预售、排片等情况达标，才能优先享受片方的“票补”。这样的“票补”协议，自然会推高影片的预售成绩，而这其中有多少是观众真实意愿的体现？长此以往，票补带来的恶性循环又会对内地影市产生怎样的影响？本报记者 张芝