

A9

演出季制度
迈向成熟

文体汇

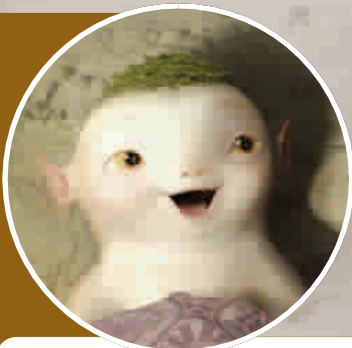


扫一扫添加新民体育、新民演艺微信公众平台

本报文体中心主编 | 总第 29 期 | 2015 年 9 月 12 日 / 星期六 首席编辑 / 胡 欣 视觉设计 / 戚黎明 编辑邮箱: xmwzb@xmwb.com.cn

『胡巴』俘获男女老少『眼球』

廿四点二九亿元,《捉妖记》成内地票房总冠军



据“猫眼电影”数据显示,截至今日凌晨 4 点,国产真人动画电影《捉妖记》票房达到 24.29 亿,已经超越了《速度与激情 7》的 24.26 亿,成为内地票房冠军。据艺恩咨询透露,《捉妖记》票房中,一线城市的占比低于 20%。换句话说,二至五线城市中的观众为影片贡献了 8 成票房。

夺下冠军宝座

今年 5 月份,好莱坞大片《速度与激情 7》在国内创下了 24.26 亿的票房纪录,当人们正在为此咋舌吃惊的时候,仅仅过了 4 个月,这项纪录就已经被打破,而且打破它的还是一部华语电影。《捉妖记》成为 1994 年电影市场改制以来,首部拿下影史总冠军的华语电影。

自 7 月 16 日上映后,《捉妖记》以 41.42% 的排片收获 1.71 亿票房,强势登顶当日华语票房排行榜,一举创下华语电影首日最高票房、单片单日最高票房、周四上映单片最高票房、点映最高上座率等多项纪录。上映 11 天后,该片超越《泰囧》,成为史上票房最高华语片;上映 24 天后,《捉妖记》以 20.04 亿的票房成绩超越《变形金刚 4》,成为内地票房榜亚军。此后,影片发行方中影宣布,《捉妖记》将延长放映至 9 月 16 日。今日凌晨,《捉妖记》终于突破《速度与激情 7》纪录,夺下内地票房冠军宝座。

精准观众定位

据艺恩的电影数据,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。去年《变形金刚 4》的票房,在一线城市的占比是 24% 以上。今年上半年的全国电影票房中,一线城市票房总额占比是 22.3%,而《捉妖记》却只有 19.1%,一举突破了之前的红线。毫无疑问,《捉妖记》对于中国二至五线城市而言,有着更强烈的触发性。

中国艺术研究院影视所副所长赵卫防分析称,《捉妖记》的成功绝非偶然:“这部电影是一款受众明确的‘定制产品’,针对不同年龄层次观众的需求量身打造。”他举例称,可爱的“胡巴”可以吸引到儿童观众的注意;而片中妖后拼死保护胡巴,以及男女主角收养胡巴后的互动,打动了一大波如今有儿有女的 70、80 后;主演井柏然、白百何又能吸引到一大批 90 后的主力观众。“《捉妖记》是国产电影一次有益的探索与尝试,精准的观众定位值得国产片借鉴。”

强力地级营销

《捉妖记》发行方的“地级营销”,也成为二至五线城市贡献票房的重要因素。例如影片公映前,全国影厅都覆盖了以“胡巴”形象出现的观影需知,白萝卜似的肥胖小萌怪、“乌巴乌巴”的可爱声音,引发了不少观众的好奇和兴趣。影片公映前后,制片方请到了近百位明星为“胡巴”加油,其中包括全智贤、赵薇、李冰冰、范冰冰、高圆圆、Angelababy 等人,为影片积累了更多的人气和口碑。

本报记者昨天从片方负责人处了解到,《捉妖记》很有可能会在海外上映,“目前已收到了全球片商的抢购。我不那么在意海外价格,希望《捉妖记》尽可能地让全球更多的观众看到,因为我们还有第二部,《捉妖记》一定要让全球都知道中国也可以拍出很好的电影。”

本报记者 张艺

面对《奔跑吧兄弟》《爸爸去哪儿》这样几天就完成拍摄,票房虽高、口碑垫底的影片,南方电影新干线总经理、产业评论专家赵军表示:“我在商业上可能为他们鼓掌,但是我在内心里没有给他们喝过彩。”

中国电影票房超 300 亿 专家称:唯票房论不可取

在 2013 年以 217.69 亿元正式实现 200 亿的目标之后,中国电影市场一直在朝着 300 亿票房进发。今年暑期档的异军突起,让这个目标提前到来。然而在市场风起云涌的表象下,越来越多的业内人士清晰认识到,好票房不等于好电影,多种类型并存才是一个电影市场成熟的表现。

国产片给力

据业内人士预测,在接下来的 116 天时间里,中国电影市场只要保证日均 8621 万元的平均票房值,就能完成年度 400 亿元的目标。如果贺岁档够给力,今年的中国电影市场有望达到全年 440 亿元。截至目前,中国电影票房已经超越了年度 300 亿的目标,电影市场实现了

48.5% 的增长,平均每日 1.2 亿元的票房值更是遥遥领先去年 8117.8 万元的纪录。

与往年相比,今年高票房电影数量也突破新高。截至目前,已经有 55 部电影实现票房破亿,40 部电影超越 2 亿票房,冲破 5 亿大关的电影更是达到了 17 部之多。17 部票房冲破 5 亿的电影中有 9 部是国产片,力压贡献 7 部的好莱坞影片,成为今年高票房的最大输出地。

唯票房论不可取

南方电影新干线总经理、产业评论专家赵军表示:当下电影市场只注重商业价值,而不注重本题内功的做法很危险,“电影毕竟是电影,需要艺术的规律、创作的真诚,如果说只顾博眼球、赚票房,这样下去,会引发中

国电影文化的整体崩塌。”

而票房冠军《捉妖记》的出品方安乐公司总裁江志强也表示,好电影跟好票房是没有关系的。“现在在很多中国观众,尤其是很多媒体,都把票房好坏看太重。票房第一不相当于这个电影最牛,不相当于这个导演最好,只是在商业价值里最好。”江志强认为,如今中国电影最需要的是培养观众,“培养他们懂得去欣赏、去看懂艺术电影,商业电影很重要,但是对电影发展来说,艺术电影更重要。”

本报记者 张艺



马上评

相信中国电影

原本去年要上映的《捉妖记》,因为柯震东吸毒的关系,推迟了 7 个月。片方安乐公司追加了 7000 万元人民币,叫来井柏然重拍了柯震东的戏份,所有的特效也重新制作,导致影片前后的投资高达 3.5 亿元。

影片上映之前,很多人不看好这部真人动画:导演许诚毅虽然在好莱坞炙手可热,但在中国观众里知名度几乎为零,井柏然和白百何也不算一线大咖,高额投资意味着《捉妖记》的票房要达到 10 亿,才能收回成本。

显然,影片的宣传排片并不一定与票房成正比,质量才是决定性因素。当一部粉丝影片粉丝容量用尽、口碑下滑、后续乏力时,院线自然会倾向于排映口碑更好、观影热情更高的影片。好的剧本、好的团队、好的特效、好的宣发,保证了《捉妖记》的“天时、地利”,影片的品质和口碑则带动了“人和”。

《捉妖记》的确是一部成功的电影,但换个角度说,只是一部成功的商业电影。中国电影飞速增长的票房,是成绩,但不必要沉浸在成绩里沾沾自喜。中国电影,欠缺的东西还很多。

我们期待,中国电影在不同的领域里,都能够出现优质的电影,都能够拿出亮眼的成绩,而不仅仅是票房的大卖,毕竟,电影的魅力,不仅仅在于赚钱。不畏谈票房,也不唯谈票房,百花齐放,才是更值得期待的中国电影的未来。

张艺

