

春节档“冰火两重天”

记者 蔡淑敏 马云飞

史上最长春节档助力史上最高票房春节档诞生。根据国家电影局初步统计,2024年春节假期(2024年2月10日至17日)全国电影票房为80.16亿元,观影人次为1.63亿,相比2023年春节假期票房和人次分别增长了18.47%和26.36%,均创造了同档期新的纪录。

整体来看,今年春节档喜剧片占比过半,观众们耳熟能详的喜剧人们集聚大银幕,让整个春节档洋溢着喜气洋洋的氛围。不过,站在票房竞争的角度,2024春节档可谓是“冰火两重天”,大年初一(2月10日)上映的8部电影中,前四部电影票房都超过了10亿元,票房占比更是超过了97%,另外四部仅占不到3%。

票房前4名影片分别为:《热辣滚烫》27.18亿元,《飞驰人生2》23.98亿元,《熊出没·逆转时空》13.89亿元,《第二十条》13.4亿元。其他四部电影中,《我们一起摇太阳》和《红毯先生》均未过亿,且在春节档结束之前就相继宣布撤档,剩下两部动画电影票房合计仅约400万元。

对于今年春节档的票房竞争,中国青年剧作家、导演向凯分析称,春节档是合家欢的氛围,正能量或喜剧元素为主的电影仍会被广大观众选择,这一方向不会有太大的改变。他同时提到,今年春节档虽然整体票房节节攀升,但也有几点值得警惕,电影宣传要突出影片的内容,警惕过度营销;熟脸演员需要尽可能地保持神秘感,而不是趁热捞金,电影公司也要尽量启用新编剧导演和演员;此外,今年春节档腰部影片明显缺失,中小型电影公司和腰部影片是市场发展的重要组成部分,还是要进行资源合理分配,助力中腰部力量发展和成长。



蔡淑敏/摄

贾玲、沈腾再出爆款

正如电影名字,《热辣滚烫》是今年春节档讨论度最高、最火热的电影。在上映之前,电影导演贾玲“成功减重100斤”的消息就点燃全网,吸引了大量看点。

作为国内头部喜剧演员,贾玲的实力与人气均是数一数二,2021年贾玲自导自演的喜剧电影《你好,李焕英》首次亮相春节档,档期内就拿下27.30亿元票房,最终拿下超过54亿票房,大获成功。《热辣滚烫》是贾玲导演的第二部作品,还未上映就已经展现出票房实力竞争者的势头。

上映之后,大变样的贾玲正式出现在镜头前,再度点燃话题,“贾玲为角色增重40斤再减重100斤”“不靠任何妆造的爆改”“热辣滚烫里贾玲比赛是真打的”等一系列话题轮番登上热搜,助推电影票房节节攀升。

作为一部改编电影,《热辣滚烫》的故事原来自经典日本电影《百元之恋》,上映之前,由于原著电影有着十分强烈的日式风格,其内核深受日本社会背景影响,不少观众担心本土化改编有可能会“水土不服”。从上映之后的电影内容来看,《热辣滚烫》对原作部分情节的尺度进行了调整,电影内容也增添了更多喜剧和励志元素。

从电影票房表现来看,2月10日,《热辣滚烫》略输《飞驰人生2》,但从2月11日开始,《热辣滚烫》便一直处于日票房榜首的位置。《国际金融报》记者发现,从各个线上平台至线下电影院,《热辣滚烫》的热度都居高不下,观众林静(化名)向记者表示,“大年初一我就先和全家一起看了《热辣滚烫》,推荐给朋友之后,朋友又带着我二刷了一遍,两

场都是几乎爆满。”

作为头部的喜剧男演员,沈腾继去年春节档主演作品《满江红》拿下档期内冠军之后,今年春节档再出爆款。作为此次春节档真人电影中唯一的一部续集电影,《飞驰人生2》依旧“含腾量”满满,虽然前作评价两极分化,但并未影响续作赚得盆满钵满。春节档期内,《飞驰人生2》票房约24亿元,超越了前作《飞驰人生》17.28亿元的成绩。

与去年春节档相同,“熊出没”继续挺进了票房前三,且整体上座率在所有电影中排名第一。正所谓“流水的春节档,铁打的熊出没”,动画电影和喜剧电影一样,都是春节档的刚需,2024年是“熊出没”系列第10次在春节与观众见面,且该系列近年来票房屡创新高,打破“续集魔咒”。截至目前

前,“熊出没”系列影片累计内地票房已突破70亿元。

除了上述三部电影,《第二十条》票房突破13亿元。在中国电影市场更新换代的环境下,随着观影人群不断年轻化,一批中青导演崛起,冯小刚、陈凯歌等导演的票房号召力日趋下降,但张艺谋近几年尤为“高产”,《第二十条》是张艺谋继《狙击手》《满江红》之后第三次进军春节档。

数据显示,《满江红》以26.09亿元拿下2023年春节档档期冠军,并最终与45.44亿票房成为2023年全年冠军。此次新片《第二十条》也延续了以喜剧题材为包装,深入探讨现实议题的特点,凭借与社会议题的关联引起观众情绪共鸣,2月12日至2月14日该片票房连续三日逆袭。

虽然今年春节档影片票房表现两极分化严重,但超80亿元的票房成绩刷新了中国影史春节档票房纪录。这一繁荣景象的背后,更是一场资本盛宴,春节档的实力玩家背后都站着多家重量级的电影公司和传媒巨头。

《国际金融报》记者不完全统计发现,今年春节档影片出品方涉及中国电影、横店影视、光线传媒、阅文集团、阿里影业、万达电影、华强方特、欢喜传媒、中国儒意等多家上市公司。

春节档票房第一的《热辣滚烫》背后的出品方包括新丽传媒、中国电影、阿里影业、阅文影视、大碗娱乐、企鹅影视等。其中,新丽传媒、阅文影视、企鹅影视均为“腾讯系”公司,新丽传媒更是早在2018年就被阅文集团以超百亿元收购,“京圈大佬”曹华益担任董事长;大碗娱乐则是此片导演贾玲的关联公司,《热辣滚烫》中的不少演员均是大碗娱乐旗下艺人。

值得一提的是,除了《热辣滚烫》,中国电影还参与出品或发行了《飞驰人生2》《熊出没·逆转时空》《第二十条》《我们一起摇太阳》4部春节档影片。1月26日,作为上市电影公司龙头,中国电影发布业绩预告称,2023年预计净利润约2.0亿-3.0亿元,同比扭亏。与此同时,该公司还披露称,2023年全年,其出品并上映影片37部,累计实现票房268.89亿元,占国产片总票房的58.45%;主导或参与发行影片570部,结算票房超过413.97亿元,占全国总票房的82.93%。

《飞驰人生2》的出品方包括亭东影业、猫眼微影、博纳影业、开心麻花、横店影视等9家公司。其中,亭东影业由韩寒2015年成立,目前持股51.56%,其第二、第三大股东分别为阿里影业、博纳影业;而猫眼微影的股东既有光线传媒的出现,又有腾讯、美团的身影。值得注意的是,作为老牌电影公司,光线传媒还是《第二十条》主投出品方。1月底,光线传媒发布业绩预告称,2023年公司实现总票房约为84.6亿元,预计实现净利润为4.1亿-5.1亿元,同比扭亏为盈。

三部电影陆续撤档

在《热辣滚烫》《飞驰人生2》持续领跑市场,点燃观众观影热情的同时,亦有春节档玩家敌不过竞争而黯然退场。2月14日,《我们一起摇太阳》的主出品方联瑞影业对外宣布,该片决定退出春节档,并延后至3月30日上映。

加上点映及预售票房,《我们一起摇太阳》在今年春节档收获的票房成绩约为9622万元,尚未过亿。从电影题材和内容来看,《我们一起摇太阳》是春节档唯一的爱情电影,该片由韩延执导,是“生命三部曲”的终章,讲述了两个身患重症却性格迥异的年轻人阴差阳错地踏上了一段充满爱与力量的治愈之旅。在春节档开启之前,有分析认为爱情片或许能够在众多喜剧片中成为黑马。

事实上,这部电影的评分并不低,目前在豆瓣获得了7.9的评分,但从市场表现来看,《我们一起摇太阳》预售成绩和上映后的上座率表现并没有很出色。对于撤档的选择,联瑞影业坦言“在档期选择上出现了重大失误”,辜负了导演、演员和台前幕后诸多主创和工作人员的辛苦付出。有不

少网友表示,《我们一起摇太阳》的题材和主人公身患绝症的设定本就不适合春节档,主演演员也并不能扛票房。另外,该档此番撤档的动作也引来了“卖不好就换档期”的吐槽。

同样票房遇冷的还有《红毯先生》,该片此前曾定档2023年11月17日,后改于春节档上映,在宣传期间,导演宁浩和主演刘德华也一直在卖力地奔走宣传,但效果并不如意。据每日经济新闻报道称,《红毯先生》最终选择在2024年春节档上映,算是一种无奈的妥协,宁浩自知:“在良性的电影市场中,电影理应是周末的娱乐佳肴,而非节日的特定消费品。春节的竞争很大,确实没有太好的办法。”

2月16日深夜,欢喜首映发布声明,宣布《红毯先生》将退出春节档,重新选择档期与观众见面。从票房和口碑来看,《红毯先生》票房也未过亿,豆瓣评分6.8分,在春节档上映电影中评价也处于靠后的位置。此外,动画电影《黄貔:天降财神猫》也在2月16日深夜宣布撤档。从票房来看,该片上映后表现不佳,春节档收获的票房未过百万

元。

这几部电影的遇冷也引发了外界对影院排片是否合理的讨论,在社交平台上,有看过《我们一起摇太阳》《红毯先生》的观众表示,电影值得一看,但排片太少。

记者注意到,今年春节档电影市场,三四线城市的居民是消费主力军,但很多小城市由于影院和影厅数量不如一二线城市,从盈利的角度来看,大部分排片都给了头部电影。李思琪(化名)今年春节返乡后发现,老家所在的小城市电影院数量增加到了12家,每一家都在上映《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》《熊出没·逆转时空》,只有大概三四家影院放映《红毯先生》,一天也仅安排了1-2场,“原本看完了《热辣滚烫》打算再看一下《红毯先生》,但有放映这部电影的影院离家太远,而且场次也很少,就没去看成,打算等春节结束之后回上海再看”。

在春节档、国庆节、暑期档等重要电影档期鏖战中,关于影院排片的争论激烈程度不言而喻,档期越重要,头部玩家越多,火药味越重。值得关注的是,自2023年市场逐渐

试水分线发行模式后,今年春节档有5部电影选择了分线发行,在这种模式下,一部影片可以不再由全国院线统一放映,片方可以选择提供较优条件的院线或影院投资管理公司进行交易,如提供的黄金场次较多、排片比例较高、放映周期较长、影片票房结算分账比例较高等。

分线发行有利于满足观众的差异化、个性化需求,不过,在实际操作过程中,片方与影院的矛盾再起。今年春节档之前,社交平台上便有关于强制排片的传闻,多部影片要求在2月10日(大年初一)、2月11日(大年初二)两天的排映场次不低于总场次的22%,达不到排映要求的影城则不能获得影片密钥。

1月30日,中国电影制片人协会、中国电影发行放映协会与春节档影片八家投资出品方代表,就春节档影片发行放映工作召开座谈会。大家一致认为,任何单位或组织都不能利用市场支配地位干预包括电影排片在内的市场经营活动,对市场主体正当的经营活动作出限制性安排。

虽然今年春节档影片票房表现两极分化严重,但超80亿元的票房成绩刷新了中国影史春节档票房纪录。这一繁荣景象的背后,更是一场资本盛宴,春节档的实力玩家背后都站着多家重量级的电影公司和传媒巨头。

《国际金融报》记者不完全统计发现,今年春节档影片出品方涉及中国电影、横店影视、光线传媒、阅文集团、阿里影业、万达电影、华强方特、欢喜传媒、中国儒意等多家上市公司。

春节档票房第一的《热辣滚烫》背后的出品方包括新丽传媒、中国电影、阿里影业、阅文影视、大碗娱乐、企鹅影视等。其中,新丽传媒、阅文影视、企鹅影视均为“腾讯系”公司,新丽传媒更是早在2018年就被阅文集团以超百亿元收购,“京圈大佬”曹华益担任董事长;大碗娱乐则是此片导演贾玲的关联公司,《热辣滚烫》中的不少演员均是大碗娱乐旗下艺人。

值得一提的是,除了《热辣滚烫》,中国电影还参与出品或发行了《飞驰人生2》《熊出没·逆转时空》《第二十条》《我们一起摇太阳》4部春节档影片。1月26日,作为上市电影公司龙头,中国电影发布业绩预告称,2023年预计净利润约2.0亿-3.0亿元,同比扭亏。与此同时,该公司还披露称,2023年全年,其出品并上映影片37部,累计实现票房268.89亿元,占国产片总票房的58.45%;主导或参与发行影片570部,结算票房超过413.97亿元,占全国总票房的82.93%。

《飞驰人生2》的出品方包括亭东影业、猫眼微影、博纳影业、开心麻花、横店影视等9家公司。其中,亭东影业由韩寒2015年成立,目前持股51.56%,其第二、第三大股东分别为阿里影业、博纳影业;而猫眼微影的股东既有光线传媒的出现,又有腾讯、美团的身影。值得注意的是,作为老牌电影公司,光线传媒还是《第二十条》主投出品方。1月底,光线传媒发布业绩预告称,2023年公司实现总票房约为84.6亿元,预计实现净利润为4.1亿-5.1亿元,同比扭亏为盈。

作为国产动画电影大IP的最新续作,《熊出没·逆转时空》亦获得了多家资本的热捧,出品方包括华强方特、横店影视、中国电影、天津猫眼、万达电影、儒意影业等。

横店影视也是《飞驰人生2》《我们一起摇太阳》的出品方。1月29日,横店影视发布2023年年度业绩预盈公告,预计2023年年度实现归属于上市公司股东的净利润为1.35亿-1.8亿元,上年同期净亏损3.17亿元,同比扭亏。对于业绩预盈的原因,其解释称,公司全资子公司浙江横店影视业有限公司参与出品的《流浪地球2》《熊出没·伴我“熊芯”》《人生路不熟》(前任4:英年早婚)《热烈》《保你平安》《灌篮高手》《我爱你!》等影片上映,产生了较好的社会效益和经济效益。