



6月市场报收41.58亿元创月度票房新高 上半年共产出票房311.7亿

■文/本报记者 姬政鹏

记者从国家电影专资办获悉:截至6月30日,上半年总票房为311.70亿元(去年同期为320.35亿元,同比减少2.7%);总人次为8.08亿(去年同期为9.01亿,同比减少10.3%);国产影片票房为157.54亿元(去年同期为189.67亿元,同比减少16.94%),国产影片份额为50.54%(去年同期为59.21%)。全年票房过亿影片42部,其中国产影片17部,进口影片25部。

其中,2019年6月份票房41.58亿元(去年同期为35.78亿元,同比增长16.2%),人次为1.20亿(去年同期为1.05亿,同比增长14.13%);国产影片票房为9.57亿元(去年同期为10.40亿元,同比减少7.92%),国产影片份额为23.02%(去年同期为29.05%)。

截至6月底,全国共有银幕64944块。其中3D银幕58159块,约占90%。巨幕共计946块,包括中国巨幕338块。全国县级城市影院共有5423家,县级影院银幕23589块,分别约占比46%、36%。

月份	票房(亿元)
1月	33.66
2月	111.03
3月	41.41
4月	47.14
5月	36.85
6月	41.58

日期	档期名	票房(亿元)
2018年12月30日-2019年1月1日	元旦档	9.96
2月4日-2月10日	春节档	58.4
4月5日-4月7日	清明档	6.95
5月1日-5月4日	五一档	15.15
6月7日-6月9日	端午档	7.78

◎ 国产电影依旧占据主要地位 中国市场开放程度进一步提高

上半年的中国电影市场呈现平稳发展态势。在具体月份上,2019年上半年中同比去年,2月、4月、6月3个月份票房实现增长,1月、3月、5月3个月份票房出现下滑。

2019年上半年的5个带假档期中有3个实现档期内票房同比增长,其中“五一档”同比2018年,假期多出一天,票房产出同比高出5.09亿元。

春节档、清明档和五一档继续保持票房增长势头并刷新该档期的票房纪录,元旦档和端午档票房产出则同比出现下降。

此外,大年初一(2月5日),电影市场票房产出14.33亿元,同比增长12.13%,是截至目前的单日票房纪录;整个2月,中国电影市场共产出票房111.03亿元,保持中国内地市场单月票房纪录,也是全球

单月单市场票房纪录。

2019年上半年国产影片票房份额占比为50.54%,在中国电影市场上依旧占据主要地位。与此同时,中国电影市场的开放程度进一步提高,中国观众可以“第一顺位”看到好莱坞进口影片。在2019年上半年,《复仇者联盟4:终局之战》、《X战警:黑凤凰》、《蜘蛛侠:英雄远征》等进口影片在中国的上映时间均为

全球首映,体现了中国作为世界第一大电影市场的重要影响力。

影片方面,据初步统计,中国电影市场共上映中外新片246部,超过去年的228部,票房过亿影片42部,超过去年的37部,票房过10亿影片6部,略低于去年的8部。其中,票房过亿国产影片17部,高于去年的15部,票房过10亿国产影片3部,略少于去年的4部。其中,在上半

年票房前十中,国产片有5部,票房前五名里有3部。

2019年上半年除了过10亿影片同比2018年略微下降之外,上映影片数量、票房过亿影片数量、票房过10亿国产影片数量均高于去年。

总体看来,处于调整转型期的中国电影产业在面临着来自网剧、直播、短视频等多形式、深层次竞争的同时,依然保持

着良好的创作活力。除了春节档的《流浪地球》、《疯狂的外星人》、《飞驰人生》、《熊出没·原始时代》等影片外,包括《反贪风暴4》、《白蛇:缘起》、《最好的我们》、《“大”人物》在内的科幻、喜剧、动画、爱情、悬疑等多类型、多品种影片在各自档期依次上映,充实市场、助推大盘的同时,继续在人民群众的精神文化生活中发挥着重要作用。

◎ 电影依旧是观众精神文化生活的“主食” 观众观影需求呈多样化趋势

市场背后,体现着中国电影市场的一些新特点。上半年的市场表现反映出,电影依旧在人民群众精神文化生活中发挥着重要作用,好电影可以迅速成

为社会关注的热点,引发大众讨论。

春节档上映的影片《流浪地球》就是个例子,影片在上映期间引发观众的热议讨论并形成了社会话题。

在由中国电影艺术研究中心联合艺恩进行的“中国电影观众满意度调查·2019年春节档”调查结果显示:《流浪地球》观赏性指数88.3分,超越2018年暑

期档《我不是药神》(观赏性88分),位列历史调查231部影片之首。最终该片荣获票房46.54亿元,位居中国影史票房榜第二位,实现了社会效益和经济效益的双丰收。

此外,在上半年的电影市场上,多层次观众的多样化观影需求体现得愈加明显。在国产片方面,除了传统优势类型和商业大制作影片之外,《老师·好》、《地久天长》、《白蛇:缘起》等影片票房都超出预期,《尺八·一声一世》、《四个春天》、《撞死了一只羊》、《大河唱》等以往较为冷门的影片类型也在市场上找到了各自的目标受众。

在3月底至“五一”小长假期间的中国电影观众满意度调查·2019年春季档调查中,以悬疑、侦察为主要情节方向的《反贪风暴4》居普通观众评价第一位,但在专业观众中仅排第六位;而讲述家庭史诗的文艺片《地久天长》在专业观众评价中位居第

一,但在普通观众评价中仅排第三,不同观众群体的差异性得到充分显现。

与此同时,国内观众伴随着中国电影市场共同成长,对于电影的要求也日渐提高,要求不仅体现在内容上,也体现在宣传上。通过市场反馈可以看出,观众对于千篇一律的营销“抗性”越来越强,宣传要找准细分观众,“货要对版”,防止票房口碑倒挂的情况出现。

2018年12月31日,影片《地球最后的夜晚》上映,在宣传上主打“一吻跨年”,并在当日收获2.65亿票房,但“货不对板”的宣传方式引发观众抵触,当晚社交平台舆论纷纷。第二天该片(2019年1月1日)13.5%的排片仅贡献4.7%的大盘票房(1120.3万元),在一定程度上导致2019年电影市场“起步”慢于往年。

而青春爱情片《最好的我们》选择在6月6日上映,通过对校园青春回忆的生

动描述,以及对高考后“准大学生”等受众进行的精准情绪营销,引起以高中应届毕业生为主要目标受众的观众极大共鸣,截至目前已经取得4.1亿票房,超出业界之前期待。

在进口片方面,上半年《X战警:黑凤凰》、《黑衣人:全球追缉》等好莱坞系列大片票房吸引力明显减弱,而《绿皮书》、《波西米亚狂想曲》等非传统商业类型片开始得到观众青睐,《调音师》、《何以为家》、《绝杀慕尼黑》、《千与千寻》、《海市蜃楼》、《罗马》等非好莱坞进口片也在国内找到了各自的目标受众。

其中,《波西米亚狂想曲》从3月22日起通过全国艺联专线放映,至6月21日下线期间共产出9880.9万元票房,超越2018年上半年上映的《三块广告牌》成为艺联专线发行的最好成绩,也体现出在成立近三年后,全国艺联的专线发行实践更加成熟。

◎ 点播院线上映窗口期被明确规定 院线电影盗版问题得到有效遏制

2019年上半年,中国电影在观众满意度、市场成熟度、新类型创作等多个方面继续做出努力,同时各级政府部门、行业协会也分别对规范市场等问题进行了深入探索,对影片盗版等行为进行了严厉打击,创作更纯粹、市场更规范、产业前景更广阔成为主管部门、行业协会和从业者一致追求的目标。

4月16日,中国电影制片人协会、中国电影发行放映协会全体会员共同制定签署《关于影片进入点播影院、点播院线发行窗口期的公约》。其中规定:院线电

影在点播影院、点播院线上映的窗口期为影片在电影院线首轮上映档期的2倍,而电影院线的首轮上映档期由电影版权方决定。这一公约的签署,有效规范了市场秩序,并在一定程度上提高了电影产业的综合版权收益。

4月29日,公安部召开新闻发布会,通报公安部部署开展打击春节档电影侵权盗版违法犯罪活动、成功侦办“2·15”系列专案工作情况。据通报,截至发布会当日,各地公安机关共侦破影视侵权盗版案件25起,抓获犯

罪嫌疑人251人,打掉盗版影视网站361个、涉案APP57个,查缴用于制作高清盗版影片的放映服务器7台、设备1.4万件,涉案金额2.3亿元。经公安机关精准打击,春节档电影高清盗版制作源头被铲除,院线电影高清盗版问题得到有效遏制。

不论是规范市场还是打击盗版,都体现了各级政府和行业协会营造公平市场环境,推动产业健康发展的态度和决心,为保证电影市场的持续、稳定、健康发展起到了积极作用。

◎ 多部强片定档暑期 业内公认十一档最值得期待

就各家片方发布的信息来看,在2019年下半年,还会有一批业内认可、市场期待的影片和中国观众见面。

其中,讲述消防官兵伟大信仰的《烈火英雄》、国产科幻接力之作《上海堡垒》、深度聚焦家庭教育的《银河补习班》、获得多项国外大奖的高品质动画电影《未来机器城》等国产影片已经定档暑期。

此外,《扫毒2天地对决》、《使徒行者2:谍影行动》、《九龙不败》等港味浓郁等知名IP改编作品;《送我上青云》、《铤而走险》等挖掘生活、关注现实的影片也

将在这个夏天和观众见面。

值得一提的是,2019年是新中国成立70周年,在下半年还将会有多部主旋律影片上映,为祖国生日“献礼”。

其中包括反映中国队员登顶珠峰故事的《攀登者》;改编自“中国民航英雄机组”真实事件的《中国机长》;陈凯歌、宁浩等7位国内优秀电影人联手制作的影片《我和我的祖国》;展现中国共产党筹划建立新中国历程的《决胜时刻》,以及《古田军号》、《红星照耀中国》、《烈火英雄》、《那时风华》、《百万雄师》等一批聚焦伟大时代、记录伟大实践、关注人民奋

斗故事的优秀主旋律作品。

随着《战狼2》、《流浪地球》、《红海行动》、《湄公河行动》为代表的新主流大片崛起,近年来主旋律影片的创作也实现了新突破,成为更受观众欢迎的电影类型。

在记者的采访中,多位院线人士表示,顶级的创作团队、优质的内容支撑加上观众对主旋律影片的认可肯定,多部献礼片项目中都蕴含着“爆款”潜质。而对处于行业调整转型期的中国电影产业来说,今年的十一档也是业内公认下半年最值得期待的档期。

排序	影片	票房(亿元)	国别	上映日期
1	流浪地球	46.56	中国	2月5日
2	复仇者联盟4:终局之战	42.38	美国	4月24日
3	疯狂的外星人	22.02	中国	2月5日
4	飞驰人生	17.16	中国	2月5日
5	大黄蜂	11.47	美国	1月4日
6	惊奇队长	10.33	美国	3月8日
7	比悲伤更悲伤的故事	9.53	中国台湾	3月14日
8	哥斯拉2:怪兽之王	9.26	美国	5月31日
9	阿丽塔:战斗天使	8.95	美国	2月22日
10	反贪风暴4	7.95	中国	4月4日
11	熊出没·原始时代	7.14	中国	2月5日
14	蜘蛛侠:英雄远征	6.69	美国	6月28日
12	大侦探皮卡丘	6.38	美国	5月10日
13	新喜剧之王	6.24	中国	2月5日
15	绿皮书	4.77	美国	3月1日
16	白蛇:缘起	4.48	中国	1月11日
17	X战警:黑凤凰	4.07	美国	6月6日
18	最好的我们	4.01	中国	6月6日
19	“大”人物	3.79	中国	1月10日
23	千与千寻	3.75	日本	6月21日
20	何以为家	3.73	黎巴嫩	4月29日
21	阿拉丁	3.67	美国	5月24日
22	驯龙高手3	3.66	美国	3月1日
24	老师·好	3.53	中国	3月22日
25	调音师	3.24	印度	4月3日
26	追龙II	3.04	中国	6月6日
27	黑衣人:全球追缉	3.03	美国	6月14日
28	雷霆沙赞!	2.94	美国	4月5日
29	死侍2:我爱我家	2.86	美国	1月25日
30	密室逃生	2.32	美国	1月18日
31	一条狗的使命2	1.95	美国	5月17日
32	一吻定情	1.73	中国	2月14日
33	玩具总动员4	1.67	美国	6月21日
34	神探蒲松龄	1.52	中国	2月5日
35	小飞象	1.47	美国	3月29日
36	哆啦A梦:大雄的月球历险记	1.30	日本	6月1日
37	小猪佩奇过大年	1.24	中国	2月5日
38	下一任:前任	1.21	中国	5月1日
39	夏日友人帐	1.15	日本	3月7日
40	廉政风云	1.14	中国	2月5日
41	一个母亲的复仇	1.11	印度	5月10日
42	海市蜃楼	1.10	西班牙	3月28日