

(上接第4版)



春节档节节攀升的票房成绩,一方面证明了春节档的市场价值,也反映出感知并挖掘观众潜在消费习惯变化之重要。

早年业界之所以不重视春节档,很大一部分原因是受传统思维影响,认为春节是阖家团圆的日子,大多观众春节会选择与家人一起走亲访友,殊不知随着时代变化,春节假期外出聚会、消费,已经成为年轻人过大年的新方式,而电影作为一项重要的娱乐消费活动,自然而然会纳入消费者的娱乐消费选项之中,关键在于是否有值得观众消费的强片。

如此看来,究竟是档期成就影片?还是影片成就档期?这一类似“鸡生蛋还是蛋生鸡”的问题,置于春节档历史来看,影片和档期互相成就或许是最好的答案。

10个年度票房冠军5个诞生在暑期

2004年,制片人张伟平将《十面埋伏》由当时最黄金的12月贺岁档提前至暑期档上映,正式开启了国产大片进驻暑期与好莱坞进口大片正面对决的新篇。

然而,作为最早被发掘的档期之一,暑期档在产业化初期对国产片并不友好。据一项2006年的暑期档统计数据显示,2006年在长达92天的暑期档内,共有44部影片上映,其中国产片30部,引进片14部,然而30部国产电影档期内的票房收入只有4亿多元,这一数据不及当年暑期档总票房的1/4。此后许多年间,美国大片的续作成了暑期档的绝对主角,《冰川时代》、《X战警》、《加勒比海盗》、《哈利·波特》、《变形金刚》、《马达加斯加》、《蝙蝠侠》、《蜘蛛侠》、《超人》、《侏罗纪世界》、《谍影重重》等好莱坞经典续集电影轻松上位中国暑期档市场超级赢家。而与分账大片正面交锋的国产电影,一度在这个每年最长的黄金档中,饱受压制。

随着国产片数量和质量的提升,国产片的境遇悄然发生着变化。2008年,国产大片争锋暑期档,《赤壁(上)》在暑期市场收获3.2亿票房;2009年,选择暑期档上映的国产片数量增多,港式喜剧《大内密探灵狗》获得过亿票房,国产片暑期档票房占比提升至30.6%;2010年,冯小刚执导的灾难大片《唐山大地震》暑期上映,当年暑期档票房三甲中,《唐山大地震》、《枪王之王》两部是国产片,其中《唐山大地震》还创造了华语电影票房新高,而当年的暑期档共掀起三次票房高潮,创造了历史最好成绩;2012年6月28日上映的国产魔幻爱情电影《画皮2》以超7亿的票房成绩成为暑期档票房冠军,同时刷新国产片票房纪录。

作为学生观众最为集中的档期,国产片要想赢得暑期档,必须要有能够赢得年轻观众的本土电影上映。变化出现在2014年。6月27日,邓超导演处女作电影《分手大师》选择与《变形金刚4》同天上映,这是国产片与分账大片在暑期档最激烈的正面交锋,出乎意料的是,《分手大师》不仅没有被打成“炮灰”,还将6.65亿票房收入囊中,与此同时,同样在暑期档上映的《小时代3》、《后会无期》、《京城81号》、《老男孩猛龙过江》等国产片均以超过4亿的单片票房进入暑期档TOP10,其中《分手大师》、《后会无期》、《小时代3》还进入了中国市场年度票房榜TOP10,最令业界振奋的不仅是国产片在暑期档集体“抬头”,而是这些影片皆出自青年导演之手。新力量导演作品获得了本土青年观众的认可,相较于万年不变的好莱坞

续集电影,国产片“弯道超车”,只是时间的问题。

此后,观众对暑期档青年导演的作品越发表现出浓厚的兴趣,好莱坞续集电影却在不久之后于中国市场遭遇了票房“天花板”。2015年7月,青年导演许诚毅处女作电影《捉妖记》在暑期档登顶年度票房冠军,田晓鹏处女作动画电影《西游记之大圣归来》以9.6亿票房成绩打破国产动画电影票房纪录,大鹏处女作电影《煎饼侠》票房超10亿,郭敬明《小时代4》票房近5亿,8月青年导演韩延新作《滚蛋吧!肿瘤君》票房超5亿。中国电影新力量掀起的阵阵票房高潮覆盖了整个暑期档,暑期档票房TOP10中,美国分账大片的上榜数量下降到了3部。

暑期档对国产片不仅“友好”了起来,近年来,暑期档还多次帮助国产片实现年度市场份额逆袭。

2017年上半年,国产片票房占比滑落至38%。7月27日《战狼2》上映,在暑期档后两个月力挽狂澜,拉动暑期市场反弹,7月开出红盘,8月即登上产业化以来月度票房冠军宝座,当月超过56%的票房来自《战狼2》一部影片。《战狼2》上映后,国产片的市场份额重返50%,为年度国产片占比过半打下坚实基础。暑期档历来的常胜影片《变形金刚》系列的新作《变形金刚5》亦在同年暑期档上映,结果却是该系列在中国内地票房排名最低的一部。

2019年,暑期档再次大放异彩。7月票房同比下跌17.34%,把上半年市场大盘6.7%的缺口扩大到8.9%,直到7月26日《哪吒之魔童降世》上映后,市场走势才得以改变。《哪吒之魔童降世》以一己之力托起暑期档大盘,同时扭转了年度大盘走势。该片最终以超过50亿元人民币票房,登顶2019年中国内地票房榜,这也是国产动画电影首次夺得年度票房冠军。

暑期档的价值含金量逐年攀升,在2010—2019年的10年时间里,共有5年的年度票房冠军出自暑期档。其中《战狼2》、《哪吒之魔童降世》不仅霸榜了产业化以来中国电影市场票房最高的两部影片,也是中国市场仅有的两部票房超50亿的单片。过半的年度冠军影片在暑期档诞生,可见这一档期的能量之巨大。当下,市场正经历着2020年全球疫情笼罩下的特殊暑期档,以目前市场的复苏速度和观众的集中度,新市场传奇的诞生,只看强片入市的节奏了。

国产主流大片首选应景影片“走高”国庆档

国庆档算是四大档期中“觉醒”较晚的档期。早年国庆档并没有什么主打的当家影片,动作片、喜剧片、灾难片、动画片、剧情片等各类中小小影片都可能涌进这一档期,大家看中的无非就是7天长假带来的市场空间。对于档期经营,发行方并没有太多想法,很大原因是,大电影发行公司的年度重点影片瞄准的是国庆结束一两个月后的贺岁档。因与贺岁档相隔太远,国庆档在很长一段时间里被认为是贺岁档的附庸档期,又因发行方把重量级影片都放在了贺岁,直接导致国庆档的7天长假鲜有大片进场。

直到2008年,投资8000万的魔幻爱情片《画皮》在国庆档一举拿下2.3亿票房,首部数字3D电影《地心历险记》在国庆档于86张3D银幕上赢得2100万票房之后,国庆档的价值方才引起关注。

到2009年,因适逢新中国成立60周年,《建国大业》、《风声》等重点献礼

影片进入国庆档所带来的票房成功,正式确立了国庆档的影片风格。当年,50多个明星“零片酬”出演的《建国大业》“自带流量”,而《风声》的商业属性配合“谍战+明星”的元素组合引发观影热潮,两部影片档期票房占比高达82.8%。国庆献礼片与国庆档的应景搭配,加上类型化创作和商业化营销的助力,2009年国庆档不仅开辟了档期运作新思路,也将这个档期带入了年度黄金档之列。

如今看来,国庆档的确是个对主旋律影片十分友好的档期。2013年国庆档冠军《逃出生天》是以一部聚焦消防员救火工作带有主旋律特色的商业大片。2016年以“湄公河大案”改编的主流大片《湄公河行动》在国庆档一路逆袭,影片最终赢得11.84亿票房,位列年度第6名。2019年,《我和我的祖国》、《中国机长》、《攀登者》三部献礼新中国70华诞的主旋律大片,分列档期票房三甲,三部影片票房均突破10亿元,其中《我和我的祖国》累计票房高达31.23亿元,《中国机长》累计票房达29亿元,分列年度第4、5名。而2019年国庆档由于三部重点献礼影片的上映,档期票房被推高至43.86亿元,创下国庆档票房新高,档期的年度票房占比由上一年的3.12%,翻倍至6.82%。今年,由张艺谋监制,宁浩、徐峥、陈思诚等七大导演执导的主流大片《我和我的家乡》也选定在国庆档上映,届时有望再掀观影热潮。

近年来,国庆档的档期价值不断被开掘。从数据看,自2007年至2019年的13年间,国庆档仅有过两次票房同比下跌,其余的11年时间,档期票房多处于大幅上涨区间,其中,增幅最大的有2008年国庆档票房同比上涨213%,2019年同比增130%,2017年、2015年、2014年、2013年的同比增幅均在60%以上。国庆档可谓中国市场最具成长价值电影档期。

从贺岁档一档独大到档期“百花齐放”

1995年,成龙和他的《红番区》首次将“贺岁档”带进内地影市,这是中国内地电影市场首度进行电影档期开发。

《红番区》以当时10元票价水准,创造了8000万元的票房成绩,贺岁档随之“一炮而红”。1997年,导演冯小刚拍摄了内地第一部明确以“贺岁”为市场目标的电影《甲方乙方》,这部都市喜剧伴随着中国老百姓在欢笑中度过了1998年的新年,将3300万元票房尽收囊中,同时开启了中国电影关于“档期”经营和建设的序幕。

1998年12月冯小刚又带着新片《不见不散》前来贺岁,次年《没完没了》也在12月上映。2000年张艺谋的《幸福时光》领衔贺岁,冯小刚《一声叹息》等分流贺岁档;2001年12月冯小刚执导《大腕》继续贺岁;2002年12月,张艺谋首部商业大片《英雄》入驻贺岁档,创造了当时的“票房神话”;2003年冯小刚继续推出《手机》;2004年冯小刚的《天下无贼》、周星驰的《功夫》;2005年陈凯歌的《无极》、张艺谋的《千里走单骑》;2006年张艺谋的《满城尽带黄金甲》;2007年冯小刚的《集结号》、陈可辛的《投名状》;2008年冯小刚的《非诚勿扰》、陈凯歌的《梅兰芳》等相继在贺岁档登场……贺岁档几乎成了大导演的必争之地,贺岁档由此开启“全盛时期”。此时,贺岁档几乎成为大片的票房“保险箱”,无论观众数量还是票房战绩,没有一个档期可以匹敌,新片以能进入贺岁档并成为贺岁档重点影片为

元旦档十年放映信息统计						
年份	档期	票房(亿元)	年度占比	主要新片	国别	累计票房(万元)
2019	2018/12/30—2019/1/1	10.02	1.56%	来电狂响	中	27249
2018	2017/12/30—2018/1/1	12.71	2.08%	前任3:再见前任	中	29300
2017	2016/12/31—2017/1/2	6.53	1.17%	冰雪女皇之冬日魔咒	俄	2449
2016	1/1—1/3	8.62	1.75%	唐人街·探案	中	13991
2015	1/1—1/3	4.58	1.04%	龙骑侠	中	2025
2014	1/1	1.21	0.41%	等风来	中	2174
2013	1/1—1/3	2.98	1.37%	201314	中	1330
2012	1/1—1/3	2.95	1.73%	极速天使	中	1106
2011	1/1—1/3	1.65	1.26%	让子弹飞	中	63600
2010	1/1—1/3	0.93	0.91%	十月围城	中	21300

清明档十年放映信息统计						
年份	档期	票房(亿元)	年度占比	主要新片	国别	累计票房(万元)
2019	4 5—4 7	6.95	1.08%	反贪风暴4	中	79846
2018	4 5—4 7	6.87	1.13%	起跑线	印	21039
2017	4/2—4/4	5.82	1.04%	嫌疑人X的献身	中	40200
2016	4/2—4/4	5.86	1.19%	火锅英雄	中	36949
2015	4/4—4/6	5.20	1.18%	战狼	中	54479
2014	4/5—4/7	3.63	1.23%	美国队长2	美	72101
2013	4/4—4/6	2.82	1.30%	毒战	中	14754
2012	4/2—4/4	1.46	0.85%	诸神之战	美	16523
2011	4/3—4/5	0.93	0.71%	单身男女	中	9720
2010	4/3—4/5	1.15	1.13%	爱丽丝梦游仙境	美	23500

五一档十年放映信息统计						
年份	档期	票房(亿元)	年度占比	主要新片	国别	累计票房(万元)
2019	5 1—5 4	14.24	2.22%	何以为家	黎巴嫩	37476
2018	4 29—5 1	10.01	1.64%	后来的我们	中	136152
2017	4/29—5/1	7.35	1.31%	拆弹·专家	中	40100
2016	4/30—5/2	6.58	1.34%	北京遇上西雅图2	中	78489
2015	5/1—5/3	6.30	1.43%	何以笙箫默	中	35600
2014	5/1—5/3	3.78	1.28%	催眠大师	中	27337
2013	4/29—5/1	4.35	2.00%	钢铁侠3	美	76884
2012	4/29—5/1	2.30	1.35%	黄金大劫案	中	15418
2011	4/30—5/2	1.39	1.06%	关云长	中	15972
2010	5/1—5/3	1.28	1.26%	叶问2	中	23248

端午档十年放映信息统计						
年份	档期	票房(亿元)	年度占比	主要新片	国别	累计票房(万元)
2019	6/7—6/9	7.79	1.21%	最好的我们	中	41715
2018	6 16—6 18	9.12	1.50%	侏罗纪世界2	美	169590
2017	5/28—5/30	7.03	1.26%	加勒比海盗5:死无对证	美	117925
2016	6/9—6/11	8.47	1.72%	魔兽	美	147145
2015	6/9—6/11	8.47	1.92%	杀破狼2	中	56190
2014	5/31—6/2	4.38	1.48%	窃听风云3	中	30902
2013	6/10—6/12	2.47	1.13%	天机·富春山居图	中	30013
2012	6/22—6/24	1.65	0.96%	痞子英雄之全面开战	中	9118
2011	6/4—6/6	2.12	1.62%	天际浩劫	美	5650
2010	6/14—6/16	0.52	0.51%	罗宾汉	美	4725

荣,观众也将这些影片视为“年度大片”。

贺岁档的火爆同时表现在档期长度上。几乎每年贺岁档的开启日期都在前移,从12月底首部贺岁片上映,前移到12月中期贺岁启动,再到12月初即有贺岁片登场,至2008年,首部贺岁片的上映日期已经前移到了11月20日,贺岁片的数量上升到了超过25部之多,佳作辈出。包括姜文的《让子弹飞》、张艺谋的《金陵十三钗》、陈凯歌的《赵氏孤儿》、徐克的《龙门飞甲》、陈德森的《十月围城》、冯小刚的《一九四二》、徐峥的《泰囧》都曾贺岁档的角逐者。

然而市场没有常胜将军,中国电影市场最为成熟的贺岁档也不能幸免,这

个以喜剧、动作电影掀起全民“贺岁潮”的电影档期,终于在2013年,步入了“牛熊之交”。这一年,贺岁档的年度票房占比首次低于10%,当年贺岁片中,仅《私人订制》、《警察故事2013》、《风暴》三部影片的票房超过3亿元。当时最火热的平安夜档期的票房未能成为月度之最。

近年,少有年度大片愿意在贺岁档投放,就连贺岁档最应景的喜剧片占比也在逐年下降。如今,进入贺岁档的国产片大多以中等制作影片为主,类型以动作片居多,喜剧在贺岁市场已不见太大优势,片方对贺岁档的经营逐渐“佛系”了起来,有时贺岁档还需要分账大片来撑场面。

数据显示,至2019年,贺岁档在全

年的票房占比从鼎盛时期2009年的19.98%,缩水至6.32%,这一成绩甚至不及仅7天假期的国庆档。

贺岁档走向衰落的原因当然是多方面的,影片扎堆、类型重复、快餐电影拉低质量、网络售票的兴起损失了年底集中消费优惠券的观众、国庆春节档的崛起分流观众群等,都是造成贺岁档走低的因素。但探究其背后本质,是否深度挖掘了观众的年终消费需求?在市场上档期日渐丰富的当下,是深入开发了贺岁的档期价值,还是一味消费“鼻祖”档期的市场老本儿?都是行业需要思考和反思的问题。当然,市场和观众都不希望一档独大,而是期望百花齐放,正所谓“一花独放不是春,百花齐放春满园”。

(下转第6版)