

影院复工第五周市场观察： 周票房9.6亿元环比增长2.5倍 《八佰》带动大盘单日票房超2亿

■文/本报记者 林琳

上周大盘在历史战争片《八佰》的强力带动下,周票房达9.6亿元,比上周增加6.9亿元,成为影院复工以来票房最高的一周。截止到8月23日,8月以来月票房已累计15.3亿元。《八佰》上周的票房已达到7.9亿,累计票房超8亿元。本周,随着七夕档的到来,市场中还会有《我在时间尽头等你》、《荞麦疯长》、《小妇人》等影片公映。此外,虽然距离今年国庆档一月有余,但已有《我和我的家乡》、《一点就到家》、《夺冠》、《姜子牙》等多部国产大片定档公映。业内人士表示,通过《八佰》表现可以看出,电影市场的人气已经恢复。随着定档影片的增多,尤其是题材类型的丰富,观众对于电影的热情和信心会越来越高。只要观众有了信心,从业者便会更加自信,一切都在向良性循环发展。

◎《八佰》首周近8亿元,带动大盘“井喷”

上周,全国电影票房达9.6亿元,创影院复工以来的最好成绩。在《八佰》的带动下,上周单日票房均超过7000万元,即使是票房最低的8月18日,7400万的票房也超过了以往周末的成绩。8月21日,当天的全国票房达1.58亿元,而周六两天的票房更是达到了2亿级别,分别为2.3亿元和2.6亿元,周日的票房再次超过周六。这也是影院复工以来首次全国单日票房过亿元和过两亿元。

从周票房数据看,本周也是7月20日影院复工以来票房增幅最大的一周。影院复工的前两周票房不足两亿,第三周和第四周分别是2.1亿元和2.7亿元,而上周周票房环比增加6.9亿元,达9.6亿元。8月20日,也是全国影院复工的“满月”,7月20日-8月20日,全国票房累计11.56亿元。截止到8月23日,8月的全国票房累计超15亿元;全国影院复工以来,累计票房超17亿元。

影片方面,截至上周日,《八佰》全国累计票房超8亿元(含点映),其中,8月22日、23日的单日票房均超2

亿元,不断刷新复工后的单片单日票房纪录。截止到8月23日,该片超过《宠爱》和《误杀》,暂时成为2020年最卖座的电影。

浙江星光电影院线总经理富海芳表示,《八佰》之所以采取连续点映的策略,是根据市场的情况和观众反应决定的。“一方面是现阶段市场中缺少大片;另一方面,影片点映首日的票房、口碑都非常好,这也给了片方更多的信心。”

在他看来,作为一部质量上乘的电影,《八佰》在复工初期起到了救市的作用,对电影院迅速恢复人气有很大促进作用。

冠宇影院投资管理公司运营中心总经理郑寅路同样表示,《八佰》点映规模的逐步加大,一方面表明片方对影片信心的逐步加强,另一方面也说明市场对好影片有强烈需求。

回顾影院复工这一个月的经历,两位从业者都感慨万千,他们表示既兴奋又有压力。富海芳告诉记者,影院复工的第一天,他便来到影院,还观看了新片《第一次的离别》。“当天,

我既感受到了影院从业者重新回到工作岗位时的兴奋,同时也看到了重回影院观影观众的开心。”

富海芳表示很感谢主管部门和各个制片方。“复工以来,无论新片还是复映片,在他们的协调和帮助下,没有出现一个空档期,这对于影院的平稳恢复起到了至关重要的作用。”

郑寅路认为,总体上看,一个多月来的市场表现已经超出了他的预期,尤其是未来有更多、更丰富的节目内容将会推出,给了影院很大的信心。

除《八佰》外,上周还有两部进口动画电影公映。这两部影片都主打合家欢。其中,《1/2的魔法》是由丹·斯坎隆执导,讲述了兄弟俩为寻找现代生活中尚存的一点魔法而踏上冒险的故事。影片中既有神奇的魔法元素,也有感人的父子情。而另一部动画《魔法精灵2》则主打音乐风格,流行音乐、乡村音乐、嘻哈音乐、硬摇滚、蹙停打击乐、电子舞曲等都在影片中呈现。

尽管两部动画均称得上大制作

的动画电影,但上周市场表现平平,周票房分别为1800万和380万。

对于两部动画电影的表现,郑寅路表示,在现阶段,很多家长对带年龄较小的孩子进影院仍持较谨慎的态度,同样身为家长的他对于这点十分理解。另一方面,相比《哈利·波特》系列,无论是《1/2的魔法》,还是《魔法精灵2》,在国内的知名度都不高,这也是影片票房不理想的原因之一。

尽管如此,富海芳认为合家欢电影在市场需求还是很大的。他表示,目前尚在暑期档中,中小学生的观影需求还是很强的。他告诉记者,《哈利·波特与魔法石》复映时,吸引了很多哈利·波特迷,尤其是小观众进影院。“甚至很多小观众跑来找我讨海报。”

“《八佰》表现了战争残酷的一面,这方面确实不适合年龄较小的孩子观看,所以在影片点映那天,还是有很多家长选择带孩子看《哈利·波特》。因此合家欢电影在最近还是很有机会的。”他说。

◎七夕档、国庆档多部大片引人期待

本周二(8月25日)是七夕档,有《我在时间尽头等你》、《荞麦疯长》和《小妇人》三部爱情片公映。

《我在时间尽头等你》由曾拍摄《谁的青春不迷茫》的姚婷婷执导,后者在2016年公映后累计票房约1.8亿。《我在时间尽头等你》由李鸿其、李一桐主演,讲述了青梅竹马的男女主人公在高中校园重聚之后发生的一系列爱情故事。影片除爱情主题外,还包含了奇幻元素。《荞麦疯长》由徐展雄自编自导,马思纯、钟楚曦、黄景瑜主演,讲述了上世纪90年代,初入社会的两个女孩和一个男孩,在追求新生活的过程中所经历的不可思议的命运考验。《小妇人》根据路易莎·梅·奥尔科特的同名小说改编,以美国南北战争为背景,讲述19世纪美国新英格兰地区的一个普通家庭四个姐妹之间的生活。

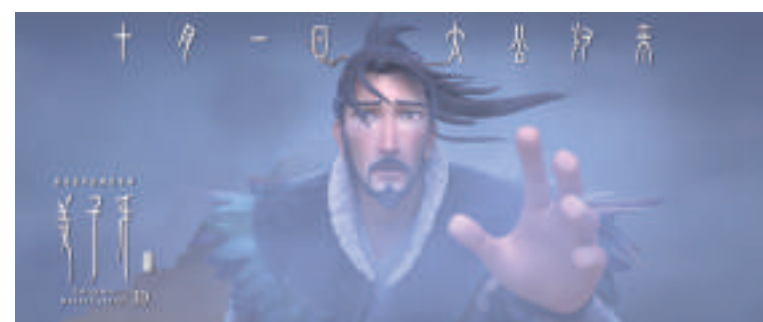
据有关数据显示,截止到8月23日,七夕当天预售票房超1亿元,其中,《我在时间尽头等你》的预售票房超8000万。

富海芳表示,从上周《八佰》的表现来看,电影市场的人气已经基本恢复。相比前几周,未来几周的不仅新片数量多起来,而且题材类型也更加丰富,可以满足更多观众群体的观影需求。

郑寅路表示,从影片的体量看,《八佰》在本周仍非常有竞争力,但在七夕这样的日子里,爱情片还是比较有优势的。“观众进影院大致需要两方面理由,第一是有好的影片,第二是有一个好日子,也就是档期、节日。”

虽然距离今年国庆档还有一月多时间,但已有《我和我的家乡》、《一点就到家》、《夺冠》、《姜子牙》等多部国产大片公映。

由张艺谋担任总监制,宁浩担任总导演,张一白担任总策划,宁浩、徐峥、陈思诚、闫非和彭大魔、邓超和俞白眉执导的喜剧片《我和



我的家乡由多个故事组成。宁浩执导的《北京好人》单元,由葛优、刘敏涛主演;徐峥执导的《最后一课》单元,由范伟、张译、韩昊霖主演;陈思诚执导的《天上掉下个UFO》单元,由黄渤、王宝强、刘昊然主演;闫非、彭大魔执导的《神笔马亮》单元,由沈腾、马丽主演;邓超和俞白眉执导的《回乡之路》单元,由邓超、闫妮主演。影片通过五个故事单元,讲述了发生在中国东西

南北中五大地域的家乡故事。

《一点就到家》由陈可辛监制、张冀任剧本监制、许宏宇执导,刘昊然、彭昱畅、尹昉领衔主演。该片讲述了三个性格迥异的年轻人从大城市回到云南千年古寨,机缘巧合下合伙干电商,与古寨“格格不入”的他们用真诚改变了所有人,开启了一段纯真且荒诞的创业旅程。

采访中,业内人士坦言,在上述几部大片定档之前,他们对于今年

国庆档的情况确实有些忐忑。因为在复工初期,谁也不清楚国庆档这样一个重头档期,会有哪些影片能够公映。

随着近日来多部大片的陆续定档,富海芳一颗悬着的心也终于放了下来。他告诉记者,当几部大片陆续定档后,他的微信朋友圈被大片定档的消息刷屏了。“大家都很亢奋,《夺冠》、《姜子牙》等都是春节档预售成绩非常好的电影,能够在国庆档上映,一定能够掀起观影热潮。”郑寅路这几天的心情更是翻天覆地。“从担心国庆档新片不够多,到现在反而担心影院影厅不够用。”他笑称这是“幸福的烦恼”。

两位业内人士均表示,现在距离国庆档还有一段时间,届时如果国内新冠肺炎疫情防控条件允许,希望能够进一步放开电影院的上座率,让国庆档几部大片的能量能够充分释放。



◎提高影院经营能力仍有长路要走

采访中,影院的经营者们尽管对于影院复工以来的市场表现感到满意,对未来几个重要档期表示期待,但他们仍认为经历了新冠肺炎疫情冲击后的电影院恢复之路会很长。

“其实很多影院的经营者都有心理准备,我们不奢求市场可以立刻恢复到疫情前的程度,但希望这个恢复过程越平稳、越短越好。”富海芳表示,现阶段人气和信心其实比票房更重要。

从时间上看,暑期档已经接近尾声。在国庆档之前,9月向来是电影市场的淡季。从现在的片单上看,国庆档前,9月市场中较为有影响力的影片有《信条》、《盗梦空间》(复映片)、《我的女友是机器人》等。“目前9月定档的大片并不多,这个月的票房很难具有爆发力,更多是平稳过渡,迎接国庆档。”郑寅路说。

相对于新片数量不足,郑寅路更担心的是影院下半年的经营压力。他表示,9月以后,很多影院要把上半年的租金物业费进行补缴,即使是减免后的数额,对于不少影院也是较大压力。

富海芳表示,此次新冠肺炎疫情给电影行业带来了很大的阵痛和思考,尤其是电影院,在停摆阶段,很多影院为了生存下去做了很多努力。

他表示,正因如此,在复工之后,很多影院对于自身经营模式进行了新的探索。他认为,那些积极探索新方式的影城未来竞争力会更高,“只等着有新片好片上映来获取足够营收的时代一去不复返了。”

在富海芳看来,影院未来除了在硬件上加大投入外,更重要的是如何提升软件服务。“这里的服务不仅仅是卫生、服务态度,更重要的是提供给观众更多

个性化的服务,营造舒适的观影体验。”在他看来,电影院提供的是一种线下体验服务,留住观众的不仅是影片,还有体验的感觉,要让观众感受到一种满足感、幸福感。

作为影院的管理经营者,郑寅路对此深有体会。他表示,前些年影院受电商的冲击很大,影院在经营方式上基本是原地踏步。大部分影院的绝大多数营销活动都依赖于第三方的电商。

“现在在我们想打破这种格局,依托影院自有的电商平台做一些营销活动。未来,影院如何平衡自有电商和第三方电商的关系是一个关键。”

他告诉记者,第三方电商平台为观众提供了购票的便捷服务,这不仅仅是在价格上,更重要的是不用排队,节省了时间。“由于电商的存在,观众现在只需要提前5分钟进到影院即可,电商确实让消费者消费过程更便捷。与过去观众提前一小时来影院排队买票相比,观众驻留时间的缩短让影院非票房收入大大降低。”

因此,现在的影院设计者和经营者也在改造影院的功能。郑寅路说,此前的多厅影院在设计时追求影厅和座位数最大化,因此舍弃了公共功能区。在网上购票的时代,如果影院没有足够的公共区域,观众是没有任何理由提前来到影院的。因此如今的新建影院和一些改造升级的老影院,都纷纷扩大了自己的公共区域。“现在有很多影院在改造功能区。无论是自己做,还是和第三方合作,都是一种尝试。”在他看来,影院这个行业很传统,相比其他行业更新升级较慢,现在虽然有很多影院在尝试创新经营,但却很少有可以被广泛复制的方案。影院提高经营能力的探索之路仍很漫长。

