

(上接第4版)

## 春节档四年时间票房接近翻倍 旺盛需求背后仍需合理档期规划

随着国内疫情防控的进一步巩固,电影市场逐渐重回正轨。截至目前,已有《唐人街探案3》、《紧急救援》、《刺杀小说家》、《侍神令》、《人潮汹涌》、《你好,李焕英》、《熊出没·狂野大陆》、《新神榜:哪吒重生》等八部电影定档2021年大年初一。事实上,近年中国电影市场具有“带货”能力的不止春节一个档期,暑期档、国庆档、贺岁档等大档期经历了20余年的建设,业已形成独特风格,共同组成了中国电影市场的票房波峰。

以“十三五”时期的春节档为例,2016年春节黄金周,电影市场票房产出30.88亿元,占全年的6.27%;2017年春节档票房34.28亿元,全年占比6.13%。

经过这两年的发展,春节档已然成为“兵家必争之地”。2018年春节档,《红海行动》等影片将档期票房拉升至57.23亿元高位,年票房占比也达到9.39%,意味着全年近10%的票房由仅7天时间的春节档贡献。

2019年春节档惊人的59.03亿元的票房成绩不仅将春节档推到新的高度,也再一次把中国电影市场的月票房推上了全球冠军。档期冠军新片《流浪地球》累计票房高达46.8亿元,也是迄今春节档新片中的单片最好成绩。

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。

国庆档在近几年同样得到了长足的发展。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,最终赢得11.84亿票房,位列年度第6名。

2019年,《我和我的祖国》、《攀登者》、《中国机长》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,且两部达到30亿元量级。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%。

2020年国庆档,作为电影市场复工后的首个重要档期,在《我和我的家乡》、《夺冠》、《一点就到家》、《姜子牙》等影片的带

领下,8天观影人次近1亿,档期内累计票房产出39.52亿元,位居历史第二。

饶曙光表示,近几年,春节档、国庆档的表现非常耀眼,其他档期还需要进一步挖掘和提升。

数据显示,2016年-2019年,贺岁档(12月)的票房分别为47.49亿、50.83亿、43.74亿、40.62亿,暑期档(6月1日-8月31日)的票房分别为124.44亿、163.00亿、173.99亿、177.74亿。《战狼2》(2017年,56.83亿)、《哪吒之魔童降世》(2019年,50.01亿)不仅成为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。

饶曙光认为,档期培育对于电影市场的发展来说非常关键,但最为重要的是要有高质量的作品,要有更多具备市场竞争力和带动力的头部影片,这样才能真正激活档期,提振市场。

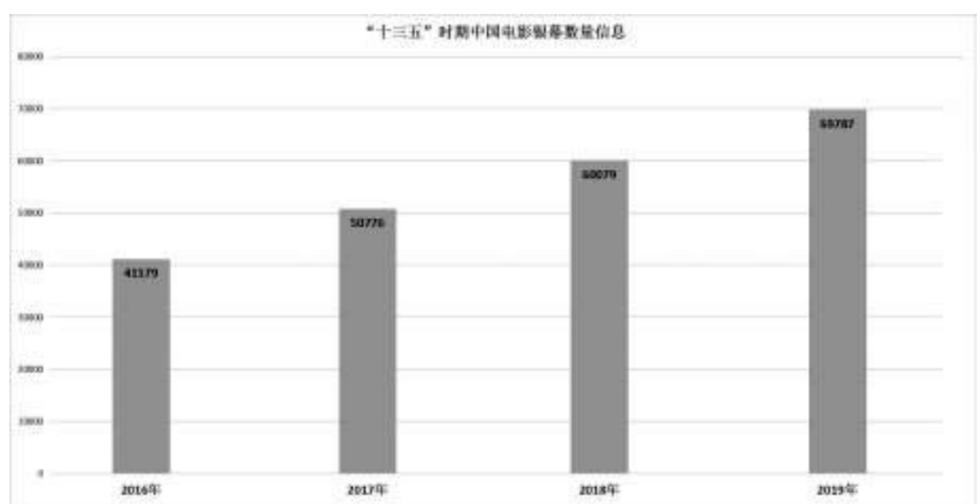
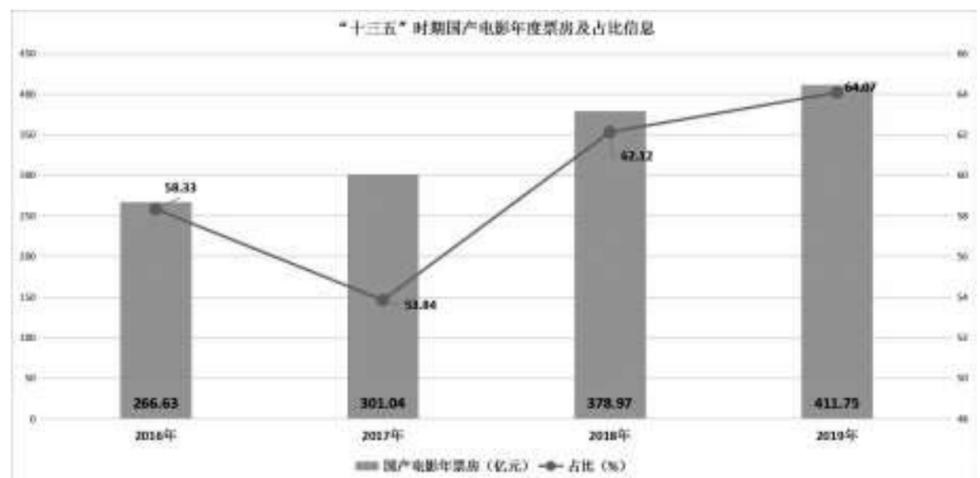
除了上述四大档期外,小长假档期为越来越多的新片提供了新增空间、细分市场,也在一定程度上缓解了节日档太少导致的电影扎堆等市场冷热不均的老问题。

2016年-2019年,五一档票房分别为6.58亿、7.35亿、10.01亿、14.24亿,年度占比从1.34%提升至2.22%;端午档票房分别为8.47亿、7.03亿、9.12亿、7.79亿,年度占比保持在1.2%-1.7%之间。此外,中秋档、清明档、元旦档等档期的票房受在档影片品质和营销影响较大,数据也出现了一定波动。

刘嘉认为,“十三五”期间,中国电影产业在院线发行层面有了很大的进步,但在精细的档期经营层面,还是有进步的空间,很多重量级的影片集中在春节、国庆档。

她表示,春节档是公认的最旺盛的档期,但也仅仅是从2013年逐渐开始火爆起来,还有很多原本就较为成熟的档期,也是不错的选择。

作为电影市场一线从业者,于超看到了中国电影在档期规划上的有益尝试。这就是今年的国庆档,《夺冠》(9月25日)、《急先锋》(9月30日)、《我和我的家乡》、《姜子牙》(10月1日)、《一点就到家》(10月4日)形成了阶梯式的投放。



于超认为,这是中国电影档期很积极的变化,给了每一部影片发酵口碑的时间,后续补充上来的作品也在初期有了相对充裕的排片。“虽然尚未形成常态化,但已经

有了意识和方向。”  
“中国电影档期建设、培育的潜力很大,目前我们有足够的内容供给,有旺盛的观影需求,关键是要进行最合理的规划,让

所有影片都在最合适的时间与观众见面。”  
刘嘉说。



## 农村数字电影放映累计场次超过1亿 电影提振农村精神文明主阵地作用进一步彰显

作为广大农民群众喜闻乐见的文化娱乐方式,电影在农村和农民的文化生活中一直占有非常突出、重要的位置。中国的农村电影放映从16毫米流动放映起步,历经数十年的发展探索,如今已经形成了覆盖全国64万个行政村,在内容、技术、服务等方面全面升级的农村公共文化服务体系。

《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》指出,鼓励各地按照国家基本公共文化服务指导标准,自主制定富有特色的地方实施办法,健全各级各类公共文化基

础设施,探索农村电影放映长效机制。

据统计,截止到2020年11月20日,全国农村数字影院活跃线路数263条;数字电影版权方266家;实际运营的放映设备近50000套;数字电影交易服务平台可供订购影片4600余部。“十三五”期间(2016年1月1日至2020年11月20日)累计订购超5000万场,放映回传场次超4100万场;少数民族语有可供译制影片1200部,译制完成影片4835部次,发行版完成影片4435部次,订购少数民族语发行版影片117万场。广大人民群众充分享受到了农村电影

发展的成果。

近年来,电影公共服务范围不断扩大,从覆盖农村逐步向工厂、社区、学校扩大,不少外来务工人员工地、市民休闲广场也开展了放映活动,甚至覆盖到军营、寺庙、养老院等更多场所。中影集团开展了一系列专题放映、送影片下乡、赠送放映场次等活动,比如党的群众路线教育实践活动专题放映、“美丽乡村·科普环保公益电影万里行”系列活动、向青少年推荐国产优秀故事影片展映、建党95周年主题放映、纪念长征胜利80周年主题放映

等,取得了很好的效果。

截至2019年6月,农村数字电影订购突破1亿场,观影人次超过200亿,6.2亿农民享受到农村电影发展这一文化成果。

中宣部电影数字节目管理中心主任王富强表示,电影数字节目管理中心始终围绕“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务,坚持把宣传弘扬社会主义核心价值观作为开展农村电影放映工作的基本出发点。

近年来,中宣部电影数字节目管理中心及时推出传播正能量、唱响主旋律的优

秀影片,如《我和我的祖国》、《战狼2》、《十八洞村》、《此时此刻·2019大阅兵》等优秀国产影片都在上映一年内登陆农村市场;积极推介扶贫攻坚的科教片、纪录片,如《生态农业致富之路》、《精准扶贫进行时》、《脱贫路上好支书》、《建设美丽乡村》等影片放映场次均超万场;《民法典》宣传片在广大农村社区热播,实现近20万场放映与近千万名农村观众普法面对面,电影提振农村精神文明主阵地作用进一步彰显。

(下转第6版)