

(上接第3版)

◎《长津湖之水门桥》《狙击手》燃情上映 强强联手将再掀观影热潮

作为新一任中国电影票房冠军《长津湖》的续篇,《长津湖之水门桥》1月13日才宣布定档,但11天猫眼想看便新增了72万,截至1月25日,在灯塔平台上,该片的“想看”已达90万,这些数据,足以反映观众对《水门桥》的热切期待。

显然,对比其他备战春节档的影片来看,《水门桥》确实面临着宣发周期紧迫的困难,包括影片也面临着核心受众

偏向年轻男性、购买预售票的意愿没有那么积极的问题。刘振飞说,“但是我们相信,就像《长津湖》当时在国庆档上映、假期连续六天上涨的情况一样,厚重的历史战争题材影片,需要留给观众观影后情绪传递和发酵的时间,我们也希望《水门桥》能在《长津湖》之后再次续写华语电影巨制的恢宏篇章。”

就单片而言,饶曙光对《水门桥》寄予很大的期望,“《长津湖》的巨大成功,

因此《长津湖之水门桥》已经积累了非常大的口碑效益,甚至可以说是‘桃李不言,下自成蹊’,不需要更多的宣发。我认为《长津湖之水门桥》会更加火爆,会创下非常好的票房成绩。”

对于《狙击手》来说,其和档期热度第一的《长津湖之水门桥》类型重叠,很显然面临着较大的压力。但是,毋庸置疑的是,张艺谋导演的影响力,以及章宇、张译等演员的美誉度,《狙击手》也

会为观众提供可信的观影动机。

据张艺谋导演介绍,不同于《长津湖之水门桥》的宏大,《狙击手》侧重于以小见大、聚焦无名的小战争,这种叙事角度也会吸引到特定的观众。根据猫眼研究院调研,倾向独自观影的观众更多选择《狙击手》。从观众画像来看,《狙击手》优势群体聚焦在年轻男性,也就是历史战争类题材的核心受众,如果能够率先满足最核心受众的观影诉求,

进而释放出好的口碑,《狙击手》也会走出一条漂亮的票房曲线。

在饶曙光看来,《长津湖之水门桥》与《狙击手》均属于抗美援朝题材的电影,前者是大战役的宏观展示,后者是个人视角的微观展示。虽然都是战争题材,但展示的重点以及呈现的方式、角度有所不同,可以形成一种良性的互动,助推2022年春节档整体大盘的走高。



◎题材类型多元化 满足多样化观影需求

春节档7天,8部新片将于大年初一正是拉开这一场没有硝烟的战争。没有人敢掉以轻心。

与疫情前宣发路径不一样的是,现在的影片大多都选择了线上宣发。近段时间以来至1月25日,《四海》、《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》两部影片投放物料次数分别为34次、25次,《小虎墩大英雄》投放21次紧随其后;在营销事件方面也多以网络、视频平台为主,《水门桥》有31个、《奇迹·笨小孩》73个、《四海》138个、《这个杀手不太冷静》52个、《熊出没·重返地球》32个、《狙击手》59个、《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》58个、《小虎墩大英雄》27个。

值得注意的是,由宁浩监制、文牧野执导、易烊千玺主演的《奇迹·笨小孩》是首部将“剧情”作为唯一类型标签征战春节档的影片。这在刘振飞看来“既是风险点也是机会点”,像喜剧、动作、爱情,或者奇幻、悬疑等类型标签,会给观众直接的观影认知,观众清楚自己将会看到什么电影,也便于做出观影决策,这是强类型影片在观影动机方面的优势。但是剧情片并不能够给到观众直观的感知,观众需要进一步去了解这是一个什么故事,才能做出是否要观影的决策。另一方面,剧情片往往具有强大的故事基底,能够爆发出强大的情感力量,如果《奇迹·笨小孩》能够凭借优质的剧情激发观众强烈的情感共

鸣,那么它的票房潜力将是不可限量的。不可忽视的是,文牧野此前执导的《我不是药神》取得了叫好又叫座的市场表现,主演易烊千玺更是00后演员中实力派的代表,目前其主演电影累计票房已达89.7亿,这两位主创的联手,为观众提供了足够强的观影动机。

作为一个颇具合家欢气质的档期,喜剧在春节档有着天然的优势。但近年春节档喜剧票房占比虽然两度出现下滑趋势,但仍是普适度最高的必备题材,《这个杀手不太冷静》以2022年唯一喜剧题材影片出战春节档,满足春节档市场刚需;而《四海》“喜剧+爱情”的丰富元素则满足不同观众的选择。《四海》演员阵容极具看点,刘昊

然、刘浩存、尹正等年轻演员的加入带来更多青春元素,“长在全国人民笑点上”的沈腾也再度出演韩寒作品,此外还有乔杉、周奇、王彦霖、黄晓明、张宥浩、陈小春、万梓良、吴彦姝、赵子琪等出演该片。导演韩寒说《四海》是一部“很孤独的电影”,但“孤独和爱并不冲突,希望大家看完这部电影还是可以感受到爱”。潇湘大乐影城负责人聂晶说,“因为影城在大学城附近,所以《四海》、《奇迹·笨小孩》这两部影片无论是类型还是演员阵容,都受到学生的喜爱。”在聂晶看来,影片的各种营销眼花缭乱,对于影院经理来说,真正可以参考的是观众真实的口碑。

对此,灯塔研究院行业分析师张荣棣

深以为然,根据以往的数据规律,春节档最具“逆袭征兆”的影片往往出现在大年初二,一旦某部影片顶住压力,在这一天形成逆袭之势,那么往往就会笑到最后,这一点已经从2018年的《红海行动》、2019年的《流浪地球》、2021年的《你好,李焕英》得到印证。

饶曙光认为,有关青春、奋斗的故事,最近一段时间受到了电影市场和观众的青睐。无论是《奇迹·笨小孩》还是《四海》,都包含青春奋斗的主题阐释,两部影片在内容的表达上更富有社会质感和社会意义,同时在内容的精耕细作上有进一步的拓展,会给我们带来更多的感动与更多的惊喜。

◎亲子合家欢观影仍是刚需

春节档观影具有合家欢的特征,因此,今年春节档都有不少动画片入驻。

目前从三部动画电影的想看画像来看,《熊出没·重返地球》一如既往属于重度亲子动画,《小虎墩大英雄》亲子属性更强,《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》则吸引了大量年轻观众的关注,映前呈现中度青少年动画的用户结构。

从各个平台的想看画像来看,三部动画电影彼此之间具有一定的差异性,但最终动画电影的购票用户构成,更多还需要根据影片的内容来判断是否能够吸引更多的年轻观众。刘振飞认为,从往年春节档动画电影的市场占比来看,无论多少部动画电影上映,由于亲子观众的需求相对稳定,整体票房占比的上

限在9%左右,所以多部动画电影在共同分享同一亲子市场的情况下,很难带动整体票房的明显提升。

从目前的预售情况来看,《熊出没·重返地球》和《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》在进行了两轮点映的情况下,点映及映前总预售的票房总额都超过了1000万。值得一提的是,本次也是《熊

出没》和《喜羊羊与灰太狼》自2015年寒假假期同期上映之后,时隔六年再次同场竞技,一个是国内地电影市场首部票房破亿的国产动画电影,一部是近年稳坐国内亲子动画市场票房冠军宝座的春节档常客,两大“国民亲子动画IP”的对决,值得期待。

饶曙光表示,今年春节档的三部动

画片,分别有自己的目标观众,为合家欢观影带来了更多选择。尤其是《熊出没·重返地球》,在前作的基础上融入了和科幻元素,为这一类型的动画电影带来了更大的拓展。《小虎墩·大英雄》的画风融入和国画和国风,以及独特的低于经营,可以为动画电影的美学呈现带来新的认知。

