

# 《人生大事》首周近2.5亿带动市场 6月市场票房创近四个月新高 优质影片吸引观众回归影院

■文/本报记者 李霆钧 赵丽

6月24日,由韩延监制,刘江江执导,朱一龙、杨恩又等主演的电影《人生大事》全国公映。上映首日,该片在6小时内获得票房4122万,创造了“情人节”档期之后、四个月以来国产电影首日最高票房;次日周六全天放映,票房达到8377万,相比首日取得了翻倍的惊人表现;第三天周日更是在周六基础上逆势上涨,票房8868万,再次创造单日票房新高。

首周过后,加上此前3475万的点映票房,《人生大事》累计票房已达2.48亿,已进入2022年上映影片票房前十名。

在《人生大事》的带动下,2022年第25周(6月20日-26日)票房4.85亿,创下第8周(2月21日-27日)以来的新高,超过包含清明、五一、端午等小长假的周票房。6月27日周一,电影市场大盘突破7500万,创下2月底以来工作日最高票房。截至6月28日,6月电影市场已产出票房超17亿,成为继2月以来票房最高的月份,较5月7.16亿的成绩上涨超过100%。

猫眼全国影院营业看板显示,6月全国影院营业数量基本维持在1万家左右,营业率超过80%。影院营业率的稳步提升与《人生大事》票房的优异表现形成了良性循环。业界表示,《人生大事》的热映,再次证明了温暖人心的本土故事同样能够号召观众积极观影。市场恢复从来不是等来的,只要有热门、优质影片的持续上映,观众自然会源源不断走回影院。



## ◎ 大规模点映助推口碑发酵

《人生大事》于6月24日18点开画,首日放映6小时取得4122万票房。随后接连拿下上映次日8377万、第三日8868万、首周2.48亿等多个市场佳绩。

猫眼研究院数据分析师刘振飞认为,《人生大事》的点映策略提前为影片释放出了积极的信号。

6月8日,《人生大事》官宣定档6月24日,同时宣布将于6月19日、6月23日先后开启两轮点映。在6月19日,映前一周的周日,《人生大事》在全国38座城市开启了近2200场点映,场均人次高达73人,取得651万票房,虽然场次和票房规模有限,但是经过这一轮点映,《人生大事》于映前一周就开出了9.7分超优点映评分,并带动次日想看新增2.3万,创造了想看日增的峰值。

随后6月23日,影片公映前一天,《人生大事》第二轮点映将规模扩大至3.1万场,取得2610万票房,以不足《侏罗纪世界3》三分之一的场次摘得当日票房冠军,提前为大盘注入活力的同时,带动自

身想看数再度走高,猫眼累计想看数突破40万大关,成为春节档后想看最高的国产电影。

刘振飞认为,除了映前热度的快速积累和口碑的提前释放,《人生大事》两轮点映还向行业传递了积极的信号。首日18时起片之后,在18时-22时的黄金时段,《人生大事》都拿下了大盘过半的场次,贡献了四分之三的票房。

次日,《人生大事》首周六排片占比更是突破40%,上一部能够达到四成以上排片的国产电影,还是拥有爆款前作的系列电影《误杀2》。如此大规模的排映支持,加上首日之后口碑的进一步释放,《人生大事》首周双休日两天连续斩获超8000万的票房,创造了春节档以来国产电影的最佳开画成绩。

济南百丽宫影城经理董文欣感慨称,“《人生大事》的后劲真的太让人惊喜了。”她直言,让人惊喜的还有观众。市场证明,观众观影心态是很开放的,对于好电影的接受程度远比电影人预期的要高。



## ◎ “冷门题材”也能出“热门电影”

《人生大事》故事题材聚焦于国产电影罕见触及的殡葬行业,以此为背景展开一段市井小人物的英雄故事。

与传统生活类喜剧相比,“殡葬”很难成为大热类型,然而总有电影人发现这个冷门题材中的温情一面,从中挖掘真实的人性和社会风气。曾打造《送你一朵小红花》、《滚蛋吧!肿瘤君》等温情作品的影片监制韩延表示,“我们正视死亡,把死亡当成大事看,也要当成正常的事去看。”

刘振飞认为,相比于喜剧、动作、爱情等认知明确的类型电影,剧情片在调动观众观影时,需要观众根据影片的故事梗概进行进一步决策判断,所以从消费行为角度来说,剧情片在观影决策过程中,门槛相对更高,相比观众更乐于选择的“热门电影”,更依赖于影片

在主创层面的配置和影片的市场化运作。

就影片内容本身来说,讲述殡葬行业故事的《人生大事》,切入点相对冷门的,但是殡葬行业背后其实是每一个人都会触及的“生命与死亡”的话题。刘振飞表示,从这个角度来看,“生老病死”正是与每个人都息息相关的广泛题材,影片中的台词“人生除死无大事”,也成为观影后二次传播的“金句”。

董文欣认为,把一个被很多人忌讳的题材故事,拍得笑中带泪,并且还做了浪漫式的描述:他们虽然每天和死亡打交道,却是一群种星星的人。“这浪漫的比喻,是艺术的升华,也是艺术家的仁心。”她说。

清华大学教授尹鸿认为,这么一个特定题材的电影能够“救市”,还是说明好电影不缺市场,只有市场缺好电影,并不是打打杀

杀、大轰大炸才有观众,中国电影需要踏踏实实做到位的电影,商业包装和元素要为艺术服务,而不是相反。

影片上映后,“殡葬师是种星星的人”这一美好的意向,登上了社交网络热搜榜单。看似冷门的殡葬题材,能够在上映之后成为大家热议的电影,《人生大事》通过扎实的内容,触动了观众心底最柔软的地方,背后其实是这部电影的主题,并不小众,它恰恰与我们每一个人都有关系。

影视策划人、影评人谭飞表示,《人生大事》讲的是生和死的话题,但绝不是萎靡消沉,而是向死而生,展现出一股勇气。影片是温暖的,是现实主义的,是笑中带泪的,是给人哲思的。

## ◎ 朱一龙杨恩又获赞“人保戏”

猫眼数据显示,首周末过后,观众对于《人生大事》中主创的评价占比高达27%,比例达到市场均值两倍之多。其中六成观众提及演员朱一龙,“朱一龙演技在线”、“喜欢朱一龙”都成为影片的高频热词,相比朱一龙以往在《峰爆》中饰演的工程师洪翼舟、《穿过寒冬拥抱你》中饰演的钢琴老师叶子扬,本次朱一龙饰演的殡葬师莫三妹更具有市井气。

刘振飞表示,该片采用武汉方言拍摄,也与朱一龙武汉演员的身份契合,为影片和表演增加了亲和力、生活气息,“观众说看人生大事忽略了他朱一龙”的热搜词条,或许是对朱一龙本次表演最好的评价。

饰演小文的小演员杨恩又,在《人生大

事》主创评价中的占比也超过了20%。除了对于杨恩又演技的认可,“喜欢”、“可爱”、“温暖”等高频热词都反映了观众对于这位小演员的认可和喜爱,其与朱一龙饰演的莫三妹,在片中演绎的“双向救赎”的动人故事,也成为映后观众热议的话题。

尹鸿认为,朱一龙将人物刻画得饱满生动准确,不压抑,有感动。《人生大事》的编剧、表演、摄影、美术、剪辑、录音,差不多所有的要素都完成度很高,基本没有短板,这在国产片中实属难得。长江流域城市的生活气息浓厚,烟火气十足,在小人物的那种艰辛中有一种简单得让人感动的爱和温暖。

董文欣表示,朱一龙呈现了令人惊喜的

多层次表演,完全打破了人们对他过去的认知,非常令人信服地展示了角色的成长过程。杨恩又小朋友则告诉人们,小朋友也能担任主角的大任。“朱一龙和杨恩又的对手戏真的太好了,这两个人表演做到的是‘人保戏’。”

谭飞认为,《人生大事》完成度非常高且相当准确,作为监制的韩延再次展现了他的风格,每一处画面、每一次表演、每一个眼神都恰如其分。朱一龙在片中有好几场哭戏,每一次都是有层次感的,有爆发力的,把这个小人物面对亲情、爱情时的追求感、后悔感表现得淋漓尽致。

## ◎ 多部实力新片将于7月初公映

一个月以前,在5月底的周末,全国票房仅有4000万的水平。而后好莱坞大片《侏罗纪世界3》的上映,带动全国大盘时隔103天再度破亿。上个周末,周六周日再度连续突破亿元大关,而且是由国产剧情片《人生大事》带动的。

刘振飞表示,这意味着能够调动观影热情的不仅只有成本上亿美元的大制作,温暖人心的本土故事同样能够号召观众积极观影,甚至可以取得不输于好莱坞大片的票房成绩,只要影片的质量足够优秀。

前一段时间,《我是真的讨厌异地恋》、《我要我们在一起》(重映)、《暗恋·橘生淮南》、《一周的朋友》接连上映,持续拉动年轻观众走回影院,反映了特定观众对于偏好题材的需求;

商业娱乐大片《侏罗纪世界3》带动大盘重回亿元关口,反映了观众对于热门影片的期待;《人生大事》取得同样效果,则再次印证了观众对于好故事好内容的大力支持。

刘振飞表示,市场需要多种类型影片的共存,观众也需要有丰富的观影选择,市场恢复从来不是等来的,只要有热门、优质影片的持续上映,观众自然会源源不断走回影院。

本周开始,《人生大事》还将继续释放口碑,《侏罗纪世界3》、《一周的朋友》、《坏蛋联盟》等类型影片也将持续满足特定观众的观影需求。

接下来,“迎接党的二十大优秀影片展映展播活动”即将启动,将为观众展映多部国产优质电影。7月1日,传递“希望”的电

影《你是我的春天》即将上映。7月8日待映影片则有悬疑犯罪电影《神探大战》、灾难题材影片《惊天救援》、剧情喜剧《学爸》和罪案动作电影《新秩序》,类型丰富能够满足观众的多样需求。7月15日还有奇幻喜剧电影《外太空的莫扎特》蓄势待发。

刘振飞认为,在《侏罗纪世界3》拉开暑期档大幕,《人生大事》进一步为市场提振士气、快速升温之后,暑期档大盘目前已达到工作日5000万、双休日破亿的水平。相比过去几个月的乍暖还寒,电影市场已经迎来的暖春初夏。

“我们相信在多部类型丰富的影片持续上映的情况下,一定会再度掀起观影热潮。”刘振飞说。