

(上接第4版)

◎ 极限制档带来新挑战 映后口碑成卖座关键

“以前靠宣传,能‘哄骗’观众一周。现在顶多一天。”谈到今年暑期档的特点,富海芳直言,随着信息的透明化、观众获取资讯的渠道越来越多,依靠夸大的宣传已无法让作品立足,唯有口碑才是立身之本。

以口碑佳作《人生大事》为例,影片上映第二个周末,7月2日、3日分别取得票房1.11亿和1.08亿,超越首周末的8400万和8948万。影片首周票房2.4亿,次周票房大幅攀升至5.47亿,第三周也保持在3.91亿元高位,第四周票房2.26亿……直

至影片上映第八周,期间共上映新片50余部,该片依然能保持在周票房榜前四位。

类似的票房走势还有《明日战记》,影片上映第三个周日(8月21日)单日票房3284万,票房占比19.6%,两项数据均比前一个周日的3117万和16.9%有所反弹。

饶曙光强调,电影作为文化创意产业必然是内容为王、质量为王、口碑为王。唯有在保证影片水准的基础上,主动设置“议题”,千方百计扩展话题,以创作者的真心、真情换取观众的真心、真情,影片才可能获得更长的市场生命力,实现

社会效益与经济效益、社会价值与经济价值的统一。

如果说映后口碑考验的是主创人员的洞察力与创造力,映前宣传则带来了宣发人员全新的挑战。随着疫情防控工作的常态化,“极限制档”成为院线电影的新常态,今年暑期档期间,《独行月球》提前10天定档,《小黄人大眼萌2》则是11天,《明日战记》从定档到提档只有两周的时间,《新神榜:杨戬》从定档到上映则只有4天。

宣发期缩短直接的影响体现在“建立

观众认知度”和“培养观众兴趣度”两个关键维度上。猫眼研究院数据显示,从预售占比来看,2022年暑期档明显下降,即便计入《独行月球》、《人生大事》、《明日战记》等影片大规模点映的影响,2022年暑期档电影首日预售占比为29.0%,也要低于过去几年。

“虽然映前宣发要想培养观众对影片的认知度以及兴趣会相对困难,但依然可以从映后宣发、口碑发酵的方向上进行突破。”猫眼研究院分析师刘振飞认为,暑期档部分影片在映后一段时间依

然取得票房显著拉升,这与影片本身质量过硬,并且坚持进行口碑营销,有着密不可分的关系。在客观条件受到制约的情况下,行业对“映后宣发”的重视会进一步提高。

富海芳同样认为,影片的宣发“打法”与过去有很大不同,要集中在引领口碑、发酵口碑上,这是宣传的重点,但前提是作品要足够好。他说,“如今电影宣传需要专业化、细分化的人才,宣传团队的想法也在逐渐更新,如何在三四天内把炮仗放‘响’,是极具挑战性的。”



◎ 政策引导提振观众消费信心 有效释放疫情后的消费需求

今年暑期档取得的佳绩,还要得益于全国疫情防控工作的成效。猫眼“全国影院营业看板”显示,6月1日暑期档开端,全国影院营业数量为9276家,7月1日增加至10251家,8月1日为10303家,始终保持在80%左右,传统票仓省份广东、浙江、江苏、北京、山东等地的影院均为收到严重影响。7月8日起,上海市影城自3月12日停业以来再度复工,首日便有超四成影院开门迎客。8月,上海市票房再度回到全国前十位。

为进一步激发电影消费潜力,促进电影市场有序复苏,国家电影局拟于8-10月持续开展2022年电影惠民消费季活动,推动更多新片大片加快上映,联合猫眼、淘票票、抖音等多家电影票务平台发放共计1亿元观影消费券,深挖农村电影消费潜力,推动减税退税、社保费缓缴、房租减免、用电阶段性优惠、营业中断类保险等纾困政策在电影行业落地。此外,还与建设银行签署关于促进观影消费的框架合作协议。根据协议,

建设银行将于今年年内投放共计5000万元用于直接补贴观众观影购票。

观影消费券有助于提振观众消费信心,有效释放因疫情而被压制的消费需求。业界认为,此次消费券发放活动时间跨度长,将覆盖暑期档、中秋档、国庆档三个重要档期,对全年票房加持作用明显。在消费端和生产端持续发力下,电影市场的热度有望进一步延续。

富海芳表示,2022年电影惠民消费季活动传递出了积极的信号,给予电

影行业强劲信心。今年后半段暑期档市场持续火热,很大一部分原因就源于这个惠民政策的落地,最大的受益者就是观众,有效增加了他们走进影院的频次。

地方各省市也在加大力度对消费和影院进行补贴。7月,湖北省将对正常营业的影院进行直接帮扶补助,补助标准为“每个座位每月补助25元、共补助3个月”,本次湖北省影院共分配补助金额3014万元。8月,广东拨

款1265万元补贴全省电影院。此前,广东省电影局已安排电影专资2883万元帮扶影院纾困发展,对全省符合条件的影院进行普惠性资助。除电影专资补助外,广东省电影局还通过丰富片源、举办影展等方式进一步活跃观影氛围。另外,深圳发放总额达5000万元的文化惠民补助,使用数字人民币对文惠卡充值并消费的金額按照1:1比例、每张给予500元补助,可用于购买电影票。



◎ 十余部新片入驻中秋档 将进一步提升市场热度

至9月6日,已有十余部新片宣布定档中秋,包括三位导演联合执导、讲述普通人寻找爱与希望的《世间有她》,马丽、常远主演的亲情喜剧电影《哥,你好》,以“三千孤儿入内蒙”为蓝本创作、展示草原大爱和中华民族团结一家亲的《海的尽头是草原》,聚焦阿尔

兹海默症家庭、展现亲情与爱情力量的《妈妈!》,以及喜剧爱情片《还是觉得你最好》,动作战争片《狼群》,动画片《青蛙王国-极限运动》、纪录片《追光万里》等。

北京ACE影城经理刘晖表示,中秋档、国庆档还是非常值得期待的,很多

影片陆续定档,为市场增添了更多的信心。如果两个档期能够持续暑期档的热度,甚至更上一层楼,对于整体市场的进一步回升向好将带来更大的鼓舞和激励。

富海芳表示,如果疫情能够保持稳定,中秋档、国庆档很有希望继续创下

佳绩。他说,暑期档这一把火已经烧起来了,观众对电影的需求慢慢恢复,只要好作品入市,他们一定会再度走进影院。

“今年暑期档电影票房超去年同期近17亿元,这份成绩单给中国电影、中国电影人带来了信心。”饶曙光表示,信

心比黄金更重要,中国电影市场具有巨大潜力,需要好作品来激活,“中国电影人应积极适应电影市场变化,坚持不懈地努力,在电影强国建设的道路上勠力同心,夯实中国电影发展的观众基础,让更多观众尤其是年轻观众走进电影院看电影。”

