

2022年国庆档票房14.96亿元收官

《万里归途》单片贡献超10亿

■文/本报记者 姬政鹏

据国家电影专资办初步统计,2022年国庆假期(10月1日至7日)全国电影市场共产出票房14.96亿元,吸引3611.84万人次走进影院观影。其中,讲述中国外交官撤侨故事的《万里归途》档期内收获票房10.23亿元,以较大优势位列榜首;根据“新疆救助救治断臂男孩事件”真实事件改编的《平凡英雄》档期内收获票房1.19亿元,排在第二;反映解放初期鞍钢恢复生产艰辛历程的《钢铁意志》档期内产出4404万元。此外中秋档“老片”《哥,你好》档期内产出7847万元,排在第三位;动画电影《新大头儿子和小头爸爸5:我的外星朋友》以6669万元位居第四。

◎ 假日效应显著,市场存量可观

今年国庆,假期对市场的提振效应依旧显著。“十一”当天,全国电影市场共产出票房2.67亿元,比前一日增长超过200%;10月2日单日票房“逆袭”收获2.74亿元,创下8月4日(“七夕”当天,单日票房3.85亿元)以来的单日大盘最佳表现。

在场次方面,国庆档期共排映影片270.5万场,超过去年的245.1万场。究其原因,除了放映端影院和银幕数量的增长之外,去年《长津湖》和《我和我的父辈》片长均较长,而今年上映新片的片长相对较短也是重要原因。在票价方面,得益于片方的影片发行价格较低,今年国庆档期平均票价为

41.4元,低于去年的46.8元。

业界人士表示,在今年疫情持续散发多发、影响较为广泛的背景下,中国电影市场展现出超强韧性。国庆档票房表现虽不及前几年,但也可以看出带假期档期市场存量可观,观众观影需求较强等特点。总体看来,中国电影依然体现出持续稳中向好的积极态势。

今年国庆档期共有7部新片角逐市场,其中《万里归途》起到支撑大盘的引领作用,《平凡英雄》、《钢铁意志》和10月3日上映的《搜救》从多维度传递正能量,《新大头儿子与小头爸爸5:我的外星朋友》、《新灰姑娘

2》、《我是霸王龙》等几部动画新片也丰富了观众的选择。

“从国庆档的市场表现上就可以看出,《万里归途》单片票房过10亿元一骑绝尘,排名第二的《平凡英雄》则刚刚过亿。”市场专家罗天文说,“往年国庆档期会有多部大体量影片上映,一齐推高市场,影院可以根据市场表现和观众口碑等进行排片调整,经常会有影片‘逆袭’的戏码出现,但今年《万里归途》的优势地位其他影片很难撼动,影城可调整的空间也较为有限。”

按照惯例,以往国庆档期的影片宣传周期在一个月左右,片方会根据影片特点设置

一系列活动来营造话题,宣传影片。今年受疫情影响,国庆档影片在9月23日起先后定档,并随即开启预售,展开宣传。宣传周期缩短,营销节奏也不得不缩减和合并,片方也开始采取更加直给和高效的方式,超前点映和直播售票等“简单粗暴”的方式成为片方的一致选择。

同宣传周期一样,影片的预售周期也从之前的两周缩短为一周。电影分析师温特表示,预售周期缩短对国庆档期影响较大,“预售对暑期档这种周期长或工作日能卖票的档期影响并不大,影片可以以映带宣长线放映,但对国庆和春节这种前期爆发力很强

的档期来说,影响很大,正常国庆档期的单日总票房都是假期第一天票房最高,然后第二天、第三天这样逐步下跌,开局不利会直接影响到影片在档期内的总体表现。”

此外,晚开预售晚定档还会直接影响到影片的前期预售票房以及围绕预售展开的一系列宣传。来自厦门的影城经理张诚表示,由于定档时间较晚,预售开始时一些优惠促销活动都来不及开展。“像厦门这种二三线城市的消费力本就不如一线城市,没有了特价活动和票补,也在一定程度上影响了观众的消费意愿。这是今年国庆档比较特殊的情况。”

◎ 《万里归途》档期内票房超10亿元



《万里归途》在国庆档期内收获票房10.23亿元,占比68.3%,领先优势明显。

在记者的采访中,该片的超前点映让多位市场人士印象深刻。9月29日,《万里

归途》于18:00至20:30在全国43个一、二线城市选择150人以上的影厅举行大规模点映,当天共放映1.43万场,以878.7万元夺得当日票房冠军。

大规模点映尤其是选择大厅开点映的操作显示了片方对影片质量的信心,该片也确实通过点映提高了热度,快速扩散了口碑。张诚表示,一般影片点映会选择几十人的小厅,这样上座率会比较有保证,“敢开大厅作点映是对影片质量极有信心的体现。”

在点映后,《万里归途》在各大购票网站上的想看人数涨幅明显,各个社交平台上的讨论度也出现明显上扬。张诚坦言,点映之后的“自来水”、观影团的相关活动以及演员王俊凯的粉丝群体都对影片的口碑扩散起到了积极作用,“正向

网络口碑的扩散和热度的上升,又进一步影响了影片的预售成绩和放映端的排映选择。”

中国电影评论学会会长饶曙光认为,《万里归途》在题材、类型上都非常独特,是中国电影之前涉及较少的,创新性突出。他表示,在国际形势渐趋复杂的背景下,这样的题材和类型对观众具有一定的“揭秘性”,因此会产生强大的吸引力。“影片在叙事上具有强大的叙事动力和叙事悬念,情节不断反转,吸引观众一直往下看,尤其是‘回家’的情感表达让观众感同身受,因而自然而然产生了最大程度的共情、共鸣、共振。”

9月30日,《万里归途》于下午6时起片并收获5092.02万元的成绩,以21.6%的排片拿下当日58.8%的票房。在不错

的口碑加持下,影片在国庆节当天涨幅超过两倍,单日票房冲高至1.85亿元,而且在10月2日还小幅逆跌收获1.88亿元,3天4.24亿元的成绩也让《万里归途》成为当周末全球票房榜的冠军。

在国庆假期随后几天里,该片走势依旧稳健,每日的票房贡献比都在65%以上,截至10月7日晚,影片总票房已经达到10.82亿元,暂居2022年度中国电影市场年度票房第六名。

按照往年的市场规律,从国庆档后到11月底都是相对较为冷门的档期,一般不会有大体量国产片上映。张诚预计,在充足放映空间的助力下,《万里归途》的票房有望冲击20亿元大关。

◎ 《平凡英雄》《钢铁意志》等从多维度传递正能量

2019年之前,国庆档期的票房量级维持在十几亿元到二十亿元区间。2019年国庆,庆祝新中国成立70周年的浓厚氛围和《我和我的祖国》、《攀登者》、《中国机长》等合力把国庆档期票房推高至44.66亿元,主旋律影片也开始成为国庆档期的“标配”。

“2019年是新中国成立70周年,2020年则有全国抗疫阶段性胜利后的情绪宣泄情绪,2021年更是中国共产党成立一百周年,

在浓郁社会氛围的渲染下,主旋律属性较强、家国情怀凸显的主流影片越来越得到观众认可。”罗天文表示,主旋律影片和国庆档期是相互成就的关系,优质的主旋律影片会选择在国庆上映,观众形成了一定的观影习惯,对于国庆档期的主旋律电影也有着较高的期待。

今年,不仅是《万里归途》、《平凡英雄》、《钢铁意志》和《搜救》三部影片也都具备主

旋律属性。《平凡英雄》以强叙事讲述了一个强冲突的“凡人壮举”,《钢铁意志》体现出了时代精神和奋斗力量,《搜救》则表现了舍命救子的父子亲情,三部影片在国庆期间票房走势稳健,共吸引近450万人次观众观影,从三个不同维度传递了正能量。最终,《平凡英雄》档期内收获票房1.19亿元,《钢铁意志》档期内收获票房4404万元,《搜救》档期内收获票房1495.57万元。



◎ 亲子类动画电影表现稳健

动画电影一直是带假期档期的“刚需”,在今年国庆档,有《新大头儿子和小头爸爸5:我的外星朋友》、《我是霸王龙》和《新灰姑娘2》三部动画新片上映。

在三部动画电影中,《新大头儿子和小头爸爸5:我的外星朋友》有着系列前作的宣传基础和品牌的粉丝受众,竞争力最强,档期内共排映24.7万场,排片占比9.1%,仅次于《万里归途》和《平凡英雄》,排在第三,而该片在国庆档期内共产出6669万元票房,排在第四。

《我是霸王龙》和《新灰姑娘2》在档期内分别

收获2545.68万元和2462.01万元票房,两部影片在档期内的排片场次均接近12万场,共吸引近150万人次观影。

猫眼研究院数据分析师刘振飞表示,从动画电影的市场占比上来看,动画电影尤其是亲子电影在这个国庆档期的市场表现相当稳健。“三部动画电影在假期第一天产生了约2500万的票房,基本持平了往年亲子电影市场在国庆档首日的票房成绩,档期共收获1.17亿票房,也反映出目前带着孩子在假期看一部电影,已经成为现在很多亲子家庭观众固定的消费习惯。”



◎ 在映“老片”继续发挥长尾效应

在今年国庆假期,《哥,你好》、《新神榜:杨戬》、《独行月球》等暑期档、中秋档的影片密钥延期,并且在国庆档继续发挥长尾效应。

档期内,《哥,你好》收获7852.09万元票房,《新神榜:杨戬》取得4728.46万元,《独行月球》获得3260.09万元。

究其原因,刘振飞认为这几部影片的类型属性和娱乐属性比较突出,与国庆档新片整体表现出来的宏大感形成互补。

“从数据上来看,档期第一天《哥,你好》的单日票房就突破了1300万元,第二天甚至超过1500万元,《新神榜:杨戬》在假期前两天也拿到了1500万的票房,‘老片’的亮眼表现一方面反衬出今年国庆档新片供给略显不足,另一方面‘老片’也涵盖了像喜剧、动作、冒险、爱情等

多个题材类型,丰富了观众的观影片单。”

张诚看来,国庆档归根结底还是一个合家欢档期,在这样的档期内,除了主旋律影片之外,《新神榜:杨戬》、《哥,你好》这类适合全家观影的影片也会受欢迎。他就在自己的影城每天安排了两场《新神榜:杨戬》,以满足成人向动画电影观众的观看意愿。

值得一提的是,密钥延期后,各家片方纷纷展开营销动作主动宣传。《哥,你好》发布“整活儿迎国庆”特别视频,国庆期间主创还赴长春、沈阳、青岛等地进行路演宣传;《独行月球》继续在淘票票平台开展会员买一赠一活动;《还是觉得你最好》投入了票补费用等等,片方的宣传促销也在一定程度上为国庆档期票房的良好表现提供了助力。