

# 7月票房87.16亿元收官 创中国电影市场暑期档最佳单月成绩

■文/本报记者 姬政鹏

根据国家电影专资办初步统计:2023年7月,中国电影市场产出票房87.16亿(比2019年同期增长51.42%),是7月票房首次突破80亿元大关,创7月票房历史新高(之前为2018年7月),是暑期档单月票房表现的最好成绩(之前为2019年8月),也排在历史单月票房排行榜第6位。

在单日表现上,7月内,31天单日票房产出均破亿元,8天单日票房过4亿元。截至7月31日,大盘票房连续41天破亿,刷新中国电影市场大盘单日票房连续破亿纪录。其中7月23日票房产出4.86亿元,创下今年暑期档单日票房纪录,也是春节档后的全国单日票房新高。

上旬,热映中的《消失的她》和点映中的《八角笼中》点燃市场。中旬,《长安三万里》“破圈”将大盘再次推

排序	时间	票房 (单位:亿元)	人次 (单位:万)	场次 (单位:万场)
1	2021年2月	122.69	26657	1037.2
2	2019年2月	111.63	26243	1050.6
3	2022年2月	103.56	21498	1176.1
4	2018年2月	101.47	26582	853.9
5	2023年1月	100.90	20111	1007.3
6	2023年7月	87.16	21197	1181.9
7	2019年10月	83.16	22509	1079.4
8	2019年8月	78.36	22013	1182.4
9	2021年10月	75.77	16769	938.5
10	2017年8月	73.81	21390	854.6

(数据仅供参考)

高,下旬,《封神第一部:朝歌风云》《热烈》延续热度。7月内,国产影片共产出票房80.59亿(比2019年同期增长111.08%),占比92.45%。

观众对暑期档影片也给予了高度

评价。中国电影观众满意度调查·2023年暑期档调查结果显示,已调查的七部影片中有五部影片满意度超84分,其中,《长安三万里》得分最高为85.1分。

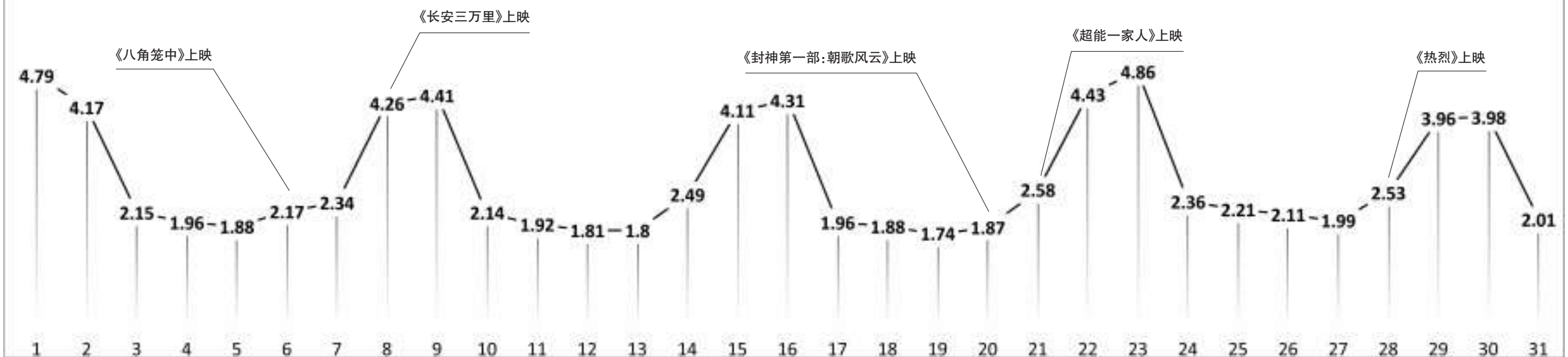
在优质国产片的接力助推下,中国电影市场加速复苏。截至7月29日,2023年暑期档票房已经突破120亿元。8月1日,2023年年度票房历时213天突破350亿元,时间点较2021年(9月30日)提前近2个月。

市场复苏背后是观影人次的回流,7月全国影院共放映影片1181.9万场,吸引2.12亿人次(比2019年同期增长30.86%)走进影院观影,刷新了7月市场的观影人次纪录(之前为2018年7月),也体现出今年暑期档的火热程度。

2023年前七个月,中国电影市场总票房349.9亿元,总人次8.16亿,其中国产影片票房280.05亿元,国产影片份额为80.04%。票房过亿影片40部,其中国产影片25部,进口影片15部。

## 中国电影市场2023年7月大盘走势信息

单位:亿元



### ◎ 优质国产影片接力 助推7月从头“燃”到尾

在悬疑片《消失的她》助力下,7月市场开局就很“燃”。7月1日,《消失的她》单日产出票房3.36亿元,这是该片单日票房产出最高的一天,在其助力下,大盘当日产出票房4.79亿元,当时是春节档后的最好单日成绩。

之后几天,《消失的她》一直领跑大盘。到了7月6日,已上映15天的《消失的她》单日票房首次跌破亿元。当天,现实题材影片《八角笼中》上映。两天后,取材自中华优秀传统文化的动画影片《长安三万里》也投入市场,续上火力,加上《扫毒3:人在天涯》和《碟中谍7:致命清算(上)》两部系列电影和喜剧动画《茶啊二中》,一起构成了7月中旬的市场格局。在这些影片的支撑下,大盘工作日单日票房稳定在1.8亿元到2.5亿元之间,周末单日票房则保持在4.1亿元以上。

7月19日,大盘单日产出1.74亿元,这是7月市场单日票房最低的一天,经过十几天的你追我赶,《八角笼中》和《长安三万里》已经在票房表现上略显颓势,市场呼唤新的“领头雁”。7月20日、21日,神话史诗电影《封神第一部:朝歌风云》和开心麻花新作《超能一家人》接连上映。经过一个周末的检验,《超能一家人》表现不及预期,但《封神第一部:朝歌风云》票房逐



日走高,撑起了局面,7月28日,街舞题材影片《热烈》上映,为大盘“再添一把火”,助力7月从月初“燃”到月末。

7月内,有三部影片票房超过15亿元,《八角笼中》月内产出票房19.2亿元排在月度票房榜首,《消失的她》收获18亿元排在第二,《长安三万里》产出15.4亿元排在第三。《封神第一部:朝歌风云》月内产出票房11.8亿元,《热烈》收获4.4亿元。《碟中谍7:致命清算(上)》收获3.3亿元,《茶啊二中》《扫毒3:人在天涯》《超能一家人》



《芭比》《我爱你!》的月度票房在1亿至3亿元区间。

“影片数量多,观众反响好”是记者在采访中多次听到的评价。这个7月,有着充沛的市场供给,过硬的影片质量,观众也回报以高涨的观影热情。7月全国影院共服务2.12亿观影人次,刷新了7月市场的观影人次纪录(之前为2018年7月),也体现出今年暑期档的火热程度。

在购票支持影片之外,观众还自发在网上帮自己喜爱的影片进行宣传。7月内《长安三万里》《封



神第一部:朝歌风云》《芭比》等影片都有“自来水”助力。观众为推广影片自发想出“帮闻太师回朝抢票”“推广芭比 人人有责”等宣传语,越来越多的粉丝观众自愿加入宣传队伍,在各种社交平台和评分网站卖力推荐,助力影片票房持续走高。

市场专家罗天文告诉记者,电影依旧是最平价的大众文化娱乐方式,“自来水”的出现表明,只要影片质量够好,观众不仅会购票支持,还会自发助力影片宣传。

### ◎ 市场频现“低开高走” 多部影片呈长线放映良好态势

“低开高走”是7月国产影片的常见市场走势。《消失的她》最高单日票房出现在上映后的第二个周末,《八角笼中》上映首周末,周日票房高过周六,《长安三万里》最高单日票房出现在上映第9天。《消失的她》《八角笼中》《长安三万里》《封神第一部:朝歌风云》上映次周的票房表现也均优于首周。

究其原因,“低开”体现出目前电影前期宣传有效触达率相对较低,市场对上映前的网络口碑缺乏信任,观众持币观望,更信赖上映之后的“路人口碑”。影片宣传需要探索更为新颖有效展开方式和传播途径。

“高走”不仅说明今年暑期影片质量过硬,影片能够凭借口碑在市场上形成长线放映,还体现出市场空间分配相对合理,影片排布有序。

济南百丽宫影院总经理董文欣表示,今年暑期档的影片都比较“慢热”,几部大卖的电影都是次周票房超过了首周,而且长尾效应非常明显,“比如到了7月下旬,《消失的她》已经上映一个月了,每天还有四百多万票房,另两部《八角笼中》和《长安三万里》每天也有两三千万的票房。相信口碑很坚挺的《封神第一部》的票房走势也会和他们一样,走得稳且长。”

今年7月,市场上并没有出现“一片独大”的现象。月初,《消失的她》热映时,上映十余天的《我爱你!》和点映中的《八角笼中》《长安三万里》也都有着不错的排片空间。到了月末,支撑市场的《封神第一部:朝歌风云》单日排片不到30%,新片《热烈》排映空间超过20%,老片《八角笼中》《长安三万里》排片占比超过10%,观众群体相对较小的《茶啊二中》和《芭比》排片在5%到10%之间,《超能一家人》和《消失的她》单日排场也在万场以上。

不同题材类型满足了不同年龄段观众的差异化观影需求,也给了影城经理更多选择。厦门影城经理张成介绍了他的排片思路:《封神第一部》目前气势正盛,大厅和特效厅会优先留给它,《热烈》题材和演员自带流量属性,比较受年轻人喜爱,又是新片,也会保证一定的放映场次,《长安三万里》对家长和孩子更有吸引力,会在周末和白天场次多排,《芭比》受众群虽然小但上座率一直不错,也会每天排上一两场。

“今年暑期档片多,市场表现也比较好,希望《巨齿鲨2》《孤注一掷》和接下来的其他影片能延续7月市场的火热势头,让更多观众回到影院。”张成说。

(下转第5版)