

国产动画电影《大鱼海棠》上映两周,票房超5亿元,目前排在国产动画票房亚军位置,仅次于去年同期的《大圣归来》。去年内地电影暑期档备受瞩目,不仅出现了《捉妖记》、《大圣归来》、《煎饼侠》等“黑马电影”,还创造了国产电影暑期档票房纪录——45.5亿元。但今年暑期档国产片既无黑马出现,也没有口碑爆棚的代表作。



《大鱼海棠》票房超5亿未达预期 今夏暑期档 国产电影难觅“爆款”

遭吐槽因影片压缩

上映两周,《大鱼海棠》的票房已经达到5.14亿。对于这个成绩,光线总裁王长田坦言并未达到心理预期,但在今年的整个暑期档中已经十分难得:“我认为它应该不止这个成绩。如果《大鱼海棠》去年上映,我觉得还是能达到10亿。”

影片上映后口碑一直

有争议,吐槽多集中在剧情方面。导演梁旋解释:“这个可能跟我们的世界观架构和剧本的压缩有关,一开始的世界观是很宏大的,每个人都有很完整的故事,片长也在两个半小时以上,后来我们只能做90分钟,所以把它作为了一个系列电影,第一部以伏笔方式来处理。”

7月票房很难大幅超越去年

深圳华夏太古影城有限公司总经理陈文智向记者透露,整个7月有47部影片上映,平均每周超过10部片。截至7月18日,本月全国票房约27.7亿元,观影人次约8300万,相较于去年7月整月票房55.1亿元、观影人次1.6亿来看,今年暑期档的7月很难大幅超越去年。

另有数据表明,今年上半年全国电影票房报收245.82亿元,比去年同期同比增长20.07%,与前几年30%以上的增速相比,同比增幅创5年新低。相比前几年高歌猛进的30%~40%的增长,电影市场今年增速明显放缓。

每年的七八月,往往被业内看成是“国产电影保护月”。今年的最新动向是,暑期档里的好莱坞电影多了,比如《惊天魔盗团2》、《忍者神龟2》等,也许是今夏国产电影不尽如人意的表现,让好莱坞电影有了可乘之机。光线出品的《大鱼海棠》前期声势很猛,但由于观众的期待值太高,后续口碑两极分化严重。7月8日,7部华语片同天上映,其中,

《寒战2》首周3天就吸金2.98亿元,《大鱼海棠》《致青春·原来你还在这里》也于首周收获2.27亿元和1.78亿元,但从目前的情况看,三部影片并没有拉开太大的差距。

本周仍然由三部新片占据前三名,其中《陆垚知马俐》以23.04%的占比排在榜首,《快手枪手快枪手》以19.67%位居亚军,《惊天大逆转》以13.9%的占比位列季军,受此冲击,《寒战2》和《大鱼海棠》排期分别缩至12.06%和11.44%。“相比去年7月中上旬,目前的影片没有特别出彩、让人印象深刻的,一些电影上映后的口碑都较为一般,没有后劲,发挥不出去年暑期档的爆发力。”陈文智说。



“票补”减少是好事

如果按照现有的节奏,暑期档难出“黑马”,好莱坞大片也缺乏“爆款”,今年电影票房预期将面临挑战。去除电影质量不高、档期扎堆等因素,还有一个非常关键的现象——电影的“票补”减少了。记者发现,在一些第三方电子购票平台,9.9元、19.9元的电影票已经明显减少。

什么是电影“票补”?记者从业内人士处了解到,“票补”类似于“开业酬宾”,电影进入院线之前,制片方会制定“出厂价”,一般为几十元不等。而当电影到了影院,相当于产品到了超市,票价由电影院制定。去年经常出现的9.9元的电影票,低于出厂价二三十元,差价由制片方和票务平台一起掏腰包。对于片方而言,通过预售、低价的形式,可以提前锁定上映前几天的票房,制造话题,吸引部分观众,有可能“撬动”更大的市场,这也是当下电影发行惯用的手段。时下流行的票务平台有:阿里旗下的淘票票、腾讯旗下的微票儿、百度旗下的百度糯米、美团旗下的猫眼电影等。

陈文智认为,当下各大第三方平台已过了跑马圈地、争抢客户资源的时代,一轮砸钱风波后,小型第三方退出,大型第三方平台进行并购,使得第三方大格局也发生了变化。“在线补贴慢慢开始理性,同时第三方平台转型参与影片的发行,这种片方和第三方联合发行带来的票补力度更大于单纯的票补活动。就像今年暑期档的《致青春2》、《陆垚知马俐》,都是微影时代参与发行的影片,补贴力度的同时,相应也会附加排片占比的要求。”

暑期档刚开局,接下来仍有些影片值得关注,比如7月21日成龙、范冰冰主演的《绝地逃亡》,7月29日李连杰、梁家辉、范冰冰主演的《封神传奇》,8月15日井柏然、鹿晗等主演的《盗墓笔记》以及8月18日刘青云、古天乐、彭于晏等主演的《危城》……经历了几年的高歌猛进,中国的电影市场或许面临的并不是一个低谷,而是一个转折,票房增长的放缓也未必不是好事。就像李安导演期待的——中国电影人要静下心来打造真正好的作品,才能助力于电影产业的发展。

■综合自:深圳商报、京华时报



关注三湘都市报
微信看E报。