

# 暑期档票房破120亿

## 国产片发威进口片势微 新导演集体崛起



@明星微博

葛天微博晒美照  
一袭红裙娇艳动人



近日,刘翔前妻葛天在微博中晒出自己的性感照片,她身着一袭红裙,长发披肩,显得娇艳动人,力证离婚后自己也过着独立美好的生活。

郭敬明深夜晒自拍  
请为老男人的保养付出点赞



8月31日晚,郭敬明在微博晒出一张自拍照,并写道:“作为32岁的老男人,请为我的保养付出点赞,正面up。”照片中,郭敬明反戴帽子,对着镜头,呆萌可爱。

网友纷纷留言:“不许卖萌,我要报警了”“怎么更瘦了”,“眼睛好大”。

甜馨瞪眼搞怪卖萌  
贾乃亮妖娆眼线抢镜



昨日下午,贾乃亮在微博晒出了一张和女儿甜馨的搞怪合影,还调侃两人一个是老贾,一个是小贾。

在贾乃亮晒出的合影中,父女二人延续一贯的搞怪风格,皱起眉头,嘟着嘴对着镜头卖萌。细心的网友发现贾乃亮还画了眼线,这是唱的哪一出?

网友纷纷留言调侃:“你的眼线真妖娆”“甜馨萌出血了”“甜馨:爸爸,你歇会儿吧”。

(京华)



《侏罗纪世界》占据暑期档进口片票房冠军

6月初至8月31日,2015年暑期档以破120亿元的票房成绩收官。随着中国影市继续高速发展,今年的暑期档在票房上又创新高。国产片《捉妖记》笑傲影市摘得桂冠。和以往相比,这个夏天中国电影发生了什么变化?记者近日采访了多名院线人士,回顾总结了过去的三个月。

读数

破120亿元票房创新高

刚刚结束的暑期档三个月,内地电影总票房截至8月31日24点已超过124亿元,相比去年同期的90亿元,提高了37%。排在暑期档前列的影片单片票房也比往年喜人,2014年暑期档除了冠军《变形金刚4》,排在前5位的《分手大师》《后会无期》《小时代3》《哥斯拉》每部也不过4亿到6亿的体量,而今年暑期档,排在前5位的影片票房均过6亿元,除了《捉妖记》的“逆天”数字外,《煎饼侠》和《大圣归来》票房都超过了9亿元。

### 国产片集体守住阵地

今年暑期档国产片的优势更加明显,进口片只在暑期档开头和结尾发力。根据第三方艺恩EBOT票房智库数据,2015年暑期档6—8月国产片数量(含合拍片)共92部,截止到8月18日国产片产生票房占比62%,进口片占比38%。

暑期档的进口片票房前几位由《侏罗纪世界》142亿元、《末日崩塌》62.7亿元、《哆啦A梦》5.3亿元、《终结者:创世纪》5.3亿元(上映中)占据,5月12日上映的《复仇者联盟2:奥创纪元》在6月收尾,揽得146亿元票房。暑期档的国产片冠军毫无疑问属于目前超238.5亿元票房的《捉妖记》。

### 暑期档四大景象

1.类型丰富华语片强势。今年暑期档影片类型丰富,特别是国产片汇集了青春、喜剧、武侠、动作、战争、爱情等多种类型,还有侯孝贤、陈凯歌、尔冬升、吴宇森等大导演作品亮相,是历年来较强的一次华语电影暑期档,而且出现了不少口碑、票房双丰收的现象级影片。

2.新导演崛起贡献现象级影片。今年暑期档表现最抢眼的是新导演集体崛起。几部强片《西游记之大圣归来》《捉妖记》《煎饼侠》成为现象级影片,均由“新导演”掌勺。

而与之相对比的是资深导演陈凯歌的《道士下山》、吴宇森的《太平轮:彼岸》虽大牌云集,最终票房却不如预期,甚至面临排片剧烈下降的尴尬。

3.爱情片显颓势。和上半年不少靠粉丝拉动票房的青春片大卖不同,暑期的《小时代4》《栀子花开》虽分别获得487亿元、3.79亿元票房,但和预期有一定距离。一大批主打爱情电影《新步步惊心》《巴黎假期》《非你勿扰》等扎堆上映,除了《新娘大作战》,其他爱情片未有突围者。

UME院线总经理刘晖表示:“之前爱情片《北京遇上西雅图》很好,今年就跟风出了一堆爱情片,但慢慢开始不理想。青春片也是,《小时代》即使完结篇有很好宣传,但票房也没法再创奇迹。观众比较喜新厌旧,需要有新的创意模式打动他们。”

4.小档期逐渐发挥优势。许多小档期也开始逐渐发挥作用。端午小长假三天共收获6.1亿,比去年的428亿多出近2亿。而七夕档单日票房至232亿。

今年正值纪念中国人民抗日战争胜利暨世界反法西斯战争胜利70周年,有《百团大战》《开罗宣言》等超13部国产影片陆续在8月末开始上映,《百团大战》上映4天票房近2亿元。

思考

助力票房 口碑营销不能少

对于今年票房大卖的影片,卢米埃影业市场督导赵敏认为,首先影片本身需要质量不错才能带来口碑,而几部强片也符合市场情绪,踩中“合家欢”这个点,“偏喜剧、合家欢的影片更容易受到各个年龄层的喜欢。”刘晖也表示,票房主力的年轻观众群也在慢慢趋于成熟和挑剔,网络口碑会对他们产生影响。

而影片的营销也对票房助力不少。《捉妖记》《大圣归来》《煎饼侠》三部电影都举办了大量的点映场,在影片上映前积攒口碑,像《大圣归来》从6月1日到6月20日,在全国50个城市做了80场超前观影积累口碑,当时邀请了电影行业人士、动漫界专业人士等,影片上映前在豆瓣上累计了2500条五星好评。而《捉妖记》出品方一蓝色星空影业负责人吴慧君表示:“从浙江卫视到八个地面频道、八个网络频道,再就是深度植入的宣传。包括《中国好声音》,包括首映礼的转播。还有《跑男》对胡巴的宣传和动态植入,《跑男》结束以后,《捉妖记》新浪热搜榜从当时第六一路跑到了第一,使电影的认知度也有很大的提高。”

### 明星主演频刷脸票房成绩各不同

今年暑期档,光靠话题、明星不再成为电影吸金最大助力。像《太平轮:彼岸》集结金城武、章子怡、宋慧乔等亚洲六大男神女神,高达数亿元的投资最终只收获5000多万的票房。由范冰冰、黎明主演的古装片《杨贵妃·王朝的女人》话题十足,但最终仅收获1亿多元。《横冲直撞好莱坞》拥有赵薇、黄晓明这样的大咖,最终票房也未达预期。

白百何、王珞丹、汤唯、郭采洁、杨幂、井柏然等明星成为暑期档“刷脸王”,但运气却各不相同。白百何出演了《滚蛋吧!肿瘤君》《捉妖记》《恋爱中的城市》,前两者票房累计已超28亿元。杨幂主演的《小时代4》《恋爱中的城市》两部累计超5亿元,汤唯主演的爱情片《三城记》《命中注定》目前累计暂未过亿,王珞丹主演的《破风》《宅女侦探桂香》《烈日灼心》目前累计3.3亿。

### 观众的消费冲动变强

谈及暑期档影市,影评人云飞扬表示,中国电影消费以90后的观众为主体,口碑、营销也很重要,但最重要的是观众的消费冲动变强了。但是,主流观众的口味也和过去不一样,“2000-2009年,电影观众以70后、80初为主,平均年龄在25岁左右,古装大片、动作片、名导新作等是票房重心;到青春片、科幻大片、动画片等作为票房蓝筹股的当下,名导演不再吃重,大投资的古装片和动作片性价比不高,名人作构成的IP电影对平均年龄降低为20岁的当代观众构成了消费冲动,目前观众的中间年龄以17—24岁为主,且票房大片女性观众达到六七成之多,其口味堪忧,不过我相信时间会改变一切。”