

·单月票房冰点· 11月列倒数第二

与以往相似,今年的票房冰点月主要分布在春节前、春节后,以及十一后等几个消费期。

艺恩咨询公布的数据显示,今年前11个月,单月票房都在25亿以上,其中50亿以上的有1个月,40亿到50亿之间有3个月,30亿到40亿之间有4个月,30亿以下的有3个月。

而单月最低票房是1月份,约为26亿,单月最高票房在7月份,约为55亿,最低和最高之间差了一倍还多,1月可谓今年票房低到冰点的月份。如果把30亿以下的月份都称作今年的淡季的话,1月份、11月份和3月份位居倒数前三位。

·单片票房冰点· 最低票房不足万元

如果把1000万作为票房冰点的话,今年有票房统计的电影共有328部,其中165部影片最终票房在千万以内,也就是说院线上映的影片中有一半跌破了冰点。其中票房在10万到100万的影片有58部,10万以内的有18部,全年票房最低的电影《纯真年代》只获得了7000元人民币。

·大牌票房冰点· 好莱坞集体呈现颓势

与往年好莱坞大片创造档期不同,今年众多好莱坞品牌大片并没有发挥出优势。

记者统计发现,票房最低的3个月中,撑起档期的主要都是进口片,1月份的主要票房获得者是《霍比特人3:去而复归》,11月为《007:幽灵党》,3月为《超能陆战队》。而这三部影片中前两部都是具有品牌效应的好莱坞大片,但在动辄过10亿的中国市场,《霍比特人3》只获得了7.65亿票房,《007:幽灵党》则只有5.39亿,还不及《战狼》(5.43亿票房)这样中等量级的国产片高。

以票房排名倒数第二的11月份为例,《007:幽灵党》、《饥饿游戏3:嘲笑鸟(下)》、《火星救援》、《绝命海拔》等,几乎被进口大片包圆了,但从票房上来看,这些进口片并没有发挥出应有的作用,票房最低的《玩命速递》只有1.24亿,而系列电影终结版《饥饿游戏3:嘲笑鸟(下)》截至昨天早晨仅收获了1.42亿,少得可怜。

·破冰英雄· 徐峥挽救9月冰点票房

记者发现,在今天的每一轮票房高潮月之前,几乎都是票房的低谷。而将票房带上高潮甚至峰值的总有一部影片作为领衔代表,它们不仅是当月的票房冠军,同时也成为当月票房最大的扛鼎者。

在这些票房低谷的拯救者中,徐峥的《港囧》最为典型。今年9月25日,《港囧》上映之前,9月票房呈现出前所未有的低迷状态,一直到9月24日,9月单月票房几乎将在全年垫底,然而《港囧》的上映,让9月的最后一周呈现爆发态势,一部影片在最后一周贡献了超过9亿的票房,也让9月单月票房一下子从全年垫底状态的21亿元,拉升至全年第6位。

除了《港囧》,《速度与激情7》、《捉妖记》以及10月表现突出的《夏洛特烦恼》都担任了这样的角色。

「冰点」与「破冰」成关键词

随着银幕数的爆炸性增长,中国电影票房纪录一再被打破。

据记者统计发现,截至昨天早晨,全国电影票房为397.7亿,预计最快本周末将破400亿。而距离2015年结束还有近一个月,按照目前每月至少20多亿的票房来看,今年总票房最终将突破420亿,这个数字比去年全年的296.39亿多出了一百多亿。

然而票房飞涨的背后,却隐藏着诸多冰点。记者发现,和国产片大爆发相比,今年进口片明显处于劣势,不少品牌大片不但没有发挥优势,反而成为低票房的代表;而国产片中大导演失去了以往的优势,甚至票房成绩降到了前所未有的冰点,新导演尤其是跨界导演票房成绩突出;而屡试不爽的青春片也不再是“万能药”,显现出疲态。

业内认为,目前中国电影市场正处在变革期,由于二、三线城市银幕数迅速扩张,以及网络购票等现象,观众的观影需求和消费习惯被打破,迅速调整找准下一个热点,并创造出符合观众口味的好电影才是赢得市场的关键。

·导演票房冰点· 大导演不过亿成常态

与好莱坞大片相似,国产片大导演的优势已经不在,今年跌入谷底的影片基本都有大导演的身影。

第五代导演代表人物陈凯歌,今年的作品《道士下山》号称投资2亿元,片中10多辆价值千万以上的世界古董名车重装上阵,服装造型更是共计500套,且片中特效占了很大篇幅,都是真金白银砸出来的。最终该片却只收获了3.99亿,光靠票房收入回本较难。

由于上部作品口碑不佳,大导演吴宇森的《太平轮(下)》则更惨,仅收入4100万,要知道该片的投资达到4亿,亏本是必然的。

此外,香港电影经典时期的导演代表杜琪峰执导的《华丽上班族》也只有4720万;身为第六代导演的代表人物,王小帅执导的《闯入者》最终收入1005万。这些大导演执导的影片在“不过亿都丢脸”的时代显得很无力。

·冰点追根· 观影主体转移到二、三线城市

为何会出现这些前所未有的冰点现象?业内认为和如今观众的观影方式以及消费方式的改变有关。

艺恩咨询公布的数据显示,2010年成为中国不同级别城市银幕数增长的转折点。2010年以后,三、四线城市银幕数呈几何级增长的趋势,平均每年增幅在40%以上。2011年四线城市全面发力,银幕总数上反超一线城市,排名第一。截止到目前,全国银幕数已经达到了近3万张,而一线城市早已饱和,新增的这些银幕数大多来自于二、三、四线城市。

“看电影如今成了很多人的生活方式。”有业内人士分析说,过去二、三线,三、四线地区的人们看不到电影,而这些地方的人口基数十分庞大,现在在这些地区新增了大量影院和银幕,人们看电影越来越方便,也逐渐成为了观影人次增长不可忽略的部分,这些都有助于促进电影总票

房的增长。

随着走进影院的“小镇青年”日益增多,也必然为市场带来一定的改变,UME华星影城副总刘晖认为,“进口片的消费主要在北上广深这样的大城市,二、三线城市的观众更接受国产片,因为跟他们的生活有关系,接受起来更加有共鸣。从这个意义上来说,这也导致了进口片票房表现一般,国产喜剧爆棚的整体现象。”

对于中国电影票房的洗牌,新影联总经理周铁东也认为和院线制改革有关系,“像零几年那会儿,电影院主要集中在一线城市,定位也是针对都市白领,放映的影片偏文艺,中国电影没有真正的产业化和市场化。也就是在院线制改革之后,中国电影才进入了产业初级阶段,开始原始积累阶段,也开始了真正的产业化和市场化。”

针对大导演票房惨淡,影评人云飞扬则认为,这跟如今观众群体越来越年轻化有关系,“如今走进影院消费的基本都是年轻观众,相对于大导演的严肃大片来说,现在的年轻人更喜欢跨界而来的明星导演,自带知名度,拍的影片又能抓住他们的需求。”

(法晚)

