

# 五一档票房15.15亿,再次证明口碑时代已来临

■文/本报记者 郑中砥

据国家电影专资办的消息,今年“五一”四天假期(5月1日-5月4日),单日票房分别为5.96亿、4.15亿、3.11亿以及1.93亿,累计票房产出15.15亿元,日人次分别为1355万、954万、727万以及455万,人数合计3491万。2018年“五一”三天假期(4月29日-5月1日)累计票房产出10.06亿元,人数合计2911万。

今年五一档票房前五位影片为:《复仇者联盟4:终局之战》(简称《复联4》)12.19亿,《何以为家》1.24亿,《下一任:前任》0.94亿,《悟空奇遇记》0.18亿,《神奇乐园历险记》0.17亿。

截至4月30日,2019年总票房为233.24亿元(去年同期为241.28亿元,同比减少3.3%);总人次为5.92亿(去年同期为6.75亿,同比减少12.3%);国产影片票房为144.56亿元(去年同期为164.19亿元,同比减少12%),国产影片份额为62%(去年同期为68%)。全年票房过亿影片27部,其中国产影片14部,进口影片13部。

截至4月底,全国共有银幕64142块。其中3D银幕57370块,约占89%。巨幕共计936块,包括中国巨幕338块。全国县级城市影院共有5381家,县级影院银幕23363块,分别约占46%、36%。

五一档冠军毫无悬念地被《复联4》占据。但很难想象紧随《复联4》之后夺下档期亚军的,是一部去年已经在国外上映过的获奖艺术电影《何以为家》(原名《迦百农》)。而映前期待更高的爱情片《下一任:前任》和一部集聚实力派与偶像派演员的悬疑电影《雪暴》,竟都不敌这部黎巴嫩影片《何以为家》。《雪暴》甚至不敌同档期的两部动画电影《悟空奇遇记》和《神奇乐园历险记》,位列档期第六位。

采访中,金逸珠江院线总经理助理谢世明与中国电影票房吧创始人涂彪,共同将《何以为家》称之为五一档期横空杀出的一匹“黑马”,“随着观众欣赏水平的提高,以前看明星、看流量、看大片阵容的时代已经过去了,现在是口碑的时代”,谢世明说。

## ◎《复联4》五一档夺冠,从“粉丝”到“路人”的圈层突破

今年五一档期的4天小长假中,《复联4》收获12.19亿票房,占比整个档期票房的80%,也成为首部国内票房超过30亿元的进口影片。

《复联4》上映前,即使业内已经不断在预期成绩上加码,但目前影片呈现出的强力态势仍然令人侧目。谢世明将《复联4》称之为“一匹大白马”,“虽然业内对这部片子的预期不低,但《复联4》的整体表现仍然超出预估,它不能称之为黑马,它是一匹‘大白马’,是一个爆发力和持续性很强的片子。”谢世明如此评价。

对于《复联4》为何能够成为“大白马”,谢世明从档期和上映时间的角度进行了分析,“这是‘复联’系列首次在国内外同步上映,而且由于时差关系,我

们比全球其他地区早了一天,同时这也是‘复联’系列首次横跨五一档期,所以它可能会比前作获得更多关注度也拥有更大的市场空间。”

涂彪从内容角度总结《复联4》能够超越前作的原因,“它是整个系列的终章,作为一个终章,它对观众的吸引力以及观众对它的期待值都达到了巅峰状态。表现在市场上,就是大家全都涌入影院。”

冠宇影院投资管理公司运营中心总经理郑寅路从IP和市场的角度为《复联4》的市场表现做出了梳理,“《复联4》的火爆缘于两点:一是因为春节市场高峰期过后,3月属于规律性的票房低谷,加之同档期没有其他进口或国产大片,自

然形成了一家独大的态势;二是因为《复联4》强大的IP,11年的漫威超级英雄电影影响了无数影迷,同时,漫威影片的11年,也是中国电影市场发展最迅猛的时期,这也造就了漫威在中国电影市场无法撼动的地位,因此,当《复联4》打出终章牌的时候,相信所有的影迷都会为这11年的情怀去买单,天时地利人和,成就了《复联4》的票房成绩。”

“天时地利人和”是郑寅路为《复联4》做出的总结。从“人和”的角度来看,该片因其“终章”、“全球最早上映”等元素吸引的观众绝不在少数。第一时间观看《复联4》甚至成为了“朋友圈”里标榜“漫威粉”影迷等身份的最佳方式。

“《复联4》的观众群体非只有漫威粉

丝,更多不了解漫威、没看过几部前作,甚至连海王和雷神都分不清的观众也都纷纷涌入了影院,毕竟这个终章对于观众的吸引力是空前的。而且影片用一种时空旅行的方式把前作和诸多超级英雄全都串起来了,信息量非常丰富。这样的影片除了忠实粉会二刷三刷之外,普通观众在超强的热度和话题中不看也不行。”谢世明感慨道。

有电影学者评价影片时谈到电影“设置社会议题”的能力,认为这种能力与影片最终的市场成绩呈现正相关。以此看来,当《复联4》超越单纯的电影范畴而进入社会舆论话题领域时,它所呈现出的市场能量超越影片本身,足以轻松实现从“粉丝”到“路人”的圈层突破。



## ◎《何以为家》《下一任:前任》明确情感表达是市场制胜绝招



作为一部已经在国外上映过的获奖艺术片,《何以为家》以1.24亿票房成为整个五一档期内除《复联4》之外,唯一票房过亿的影片。夺得档期市场第三位的是郑恺与郭采洁主演的爱情电影《下一任:前任》,四天票房0.94亿。

作为该档期的亚军与季军,《何以为家》与《下一任:前任》虽然风格不一,目标观众不同,但它们都是情感表达非常清晰的影片。前者探讨家庭关系,后者关注爱情关系。影片自身带有的明确的情感诉求成为它们在五一档内脱颖而出的关键。

《何以为家》由黎巴嫩导演娜丁·拉

巴基执导,她用女性特有的敏感细腻还原了片中孩子脆弱挣扎的心理状态。去年5月的第71届戛纳电影节上,该片获得了评审团大奖,并在上海国际电影节举行了中国首映。影片提出了一个非常尖锐的问题:如何对待生而不养的父母。片中呈现出的贫困问题、难民问题等都让人揪心。

涂彪认为不能单纯用商业片或是艺术片来定义《何以为家》,“它的出现对当前的国内观众来说非常应景儿。前些年我们的发展速度太快,近两年经济增速放慢,国人在获得喘息的同时,也遇到了一些瓶颈和困难。这个时候《何以为家》

的出现,让大家看到了比我们更困难、更困苦的人,我们从他们那里获得了力量,就像当年《摔跤吧!爸爸》,满足了我们的励志的需求。”涂彪表示。

谢世明谈到了全国艺联在艺术片发行中做出的努力,“《何以为家》属于小成本、小语种的小众文艺片,与《绿皮书》有相似之处。艺术片的发行放映经过艺联的几年培养,迎来了一个又一个爆发,说明观众是需要时间去培养的。那个看明星流量、看大片阵容的时代已经一去不复返了,现在是观众的口碑决定一切。观众的要求在不断提升,这就造就了好电影就会有

好票房,不管是文艺片还是商业片。”

《下一任:前任》档期排名在《何以为家》之后,位列档期第三。该片在上映之前与“前任攻略”系列产生了很多争议,即使片方官方辟谣“与‘前任攻略’系列毫无关系”,但影片两位主演都是“前任攻略”系列主演,观众号召力已然形成。无论是有心还是无意,该片与“前任攻略”IP已经在市场上形成了一定对应关系。

“哪怕片方在宣传时不断辟谣,但也只能让热度更热,走的是一波借势营销。另一方面,孔二狗自编自导的《东北往事之二十年》,张晋主演的动作片《九龙不败》和文艺片《过昭关》都相继撤档,

这给《下一任:前任》留下了很大排片空间。”谢世明这样总结《下一任:前任》在档期内取得的成绩。同时,他特别提到影片的类型优势,“整个五一档期内只有这一部爱情电影,在这个档期内它有独特的情感优势和类型优势,所以能比别的片子成绩更好。”

涂彪也认为《下一任:前任》最大的优势在于类型,“这个电影一方面评分低,另一方面却仍在档期内取得不错成绩,其实就是爱情片类型在这个档期内的独特性,根据需求定律,当观众需要满足爱情片的观影需求,只有这一部片子可以做到,那质量差一点也是可以接受的。”

## ◎《悟空奇遇记》《神奇乐园历险记》动画电影是假期刚需,《雪暴》出局前五

五一档期内,新上映的国产动画电影《悟空奇遇记》收获1800万票房,4月19日上映的动画电影《神奇世界历险记》仍然产出1700万票房。两部影片进入档期前五。

值得惋惜的是由张震、廖凡、倪妮主演的犯罪动作悬疑电影《雪暴》,影片4月30日上映,首日排片8.5%、票房不足500万。整个五一档期中未能进入前五行列。

一面是动画电影的“超常发挥”,一面是犯罪悬疑电影的失利。谢世明、涂彪、郑寅路对此看法非常一致,他们认为,“相较于悬疑类影片,动画电影是假期刚需”。

“动画电影的刚需属性在节假日体现得非常明显,《神奇乐园历险记》上映很久了,平时票房其实很低的,但是每到节假日就高起来了,这种票房曲线说明很多家庭在节假日还是

有刚需的,市场上可选择的余地不大。五一档期内基本就只有这两部动画电影,合家欢类型,家长带着孩子去电影院就只能二选一,这也造成两部动画片‘五一’小长假期间票房差距并不大。”谢世明分析。

与动画电影和观众建立起的“刚需默契”不同,悬疑类电影更需要营销发力。

“《雪暴》这样疲软的市场表现确

实让人意外,我认为它的对标影片应该是梁家辉主演的《冰河追凶》,当时《冰河追凶》卖到4000多万,《雪暴》应该在5000万左右。目前这个成绩显然难以满足预期”,“《雪暴》有着强大的演员阵容,鲜明的类型片标签,本应该是五一档的一匹黑马”。谢世明和郑寅路直言对《雪暴》市场表现的失望。

郑寅路将《雪暴》的失利归结于

“影片内容的中规中矩”。谢世明更着眼于市场,从宣发角度认为“《雪暴》在宣发上可能弱了一点,除了放出‘长白山极寒天气拍摄’之外,基本上没有其他太大的宣传吸引点。”

涂彪从影片类型出发,认为《雪暴》失利的原因更多在于“内地警匪悬疑类电影还不能像香港警匪动作片一样,与观众建立起强大的类型互信。”



## ◎回顾4月市场:跨界导演失灵,《撞死了一只羊》火中取栗近千万票房



国家电影专资办数据显示,4月票房47.06亿元(去年同期为39.09亿元,同比增长20.4%),人次为1.12亿(去年同期为1.14亿,同比减少1.8%);国产影片票房为11.91亿元(去年同期为14.19亿元,同比减少16.1%),国产影片份额为25.3%(去年同期为36.3%)。

回顾整个4月市场,清明节档期表现亮眼。《老师·好》、《反贪风暴4》、《调音师》、《风中有朵雨做的云》等佳作均取得了不错的成绩。

4月12日和19日,郭涛与吴镇宇两位演员转型导演的电影处女作《游戏》、《转型团伙》先后上映。

相较于郭涛和吴镇宇在表演上取得的成绩,二位新人导演交出的答卷,

并没有引发较大的市场反响。《游戏》不足千万,《转型团伙》得益于喜剧类型优势,票房1600余万。

郑寅路对两位跨界新人导演的表现比较宽容,“虽然近期几位演员转型导演的作品都不尽如人意,但我觉得各自都有自己的原因,不能一概而论。无论是演员还是编剧,转型导演都是有风险的,演而优则导也是电影的传统,不能仅因为某一两部影片的得失而对他们盖棺定论,所以应该鼓励他们去不断的尝试和创作,期待未来有更多更好的作品问世。”

从4月中旬起,值得注意的是,市场一直缺乏有竞争力的新片,不少影片面对4月24日上映的《复联4》纷纷

选择档期避让。

在诸多国产电影相继档期的同时,《撞死了一只羊》定档在《复联4》上映第三天,这种行为在很多发行方看来,可谓冒险之又险,但艺联做到了。

全国艺术电影放映联盟发行的电影《撞死了一只羊》4月26日上映,面对强势的《复联4》,艺联专线发行显示出了“船小好调头”的明显优势。在《复联4》一边倒的排片态势中,《撞死了一只羊》在上映首日获得了超6000场排片,最大程度保证了影片的排映场次。同时凭借全国艺联长期建立的信誉吸引了艺术电影受众,保证了观众的精准投放。

采访中,全国艺联负责人告诉记者,他们敢于直面挑战,一方面来自于

对影片品质的自信,另一方面更是观察到了市场需求多样性的内在动力,“在同期电影市场中,除《复联4》以外,基本很难见到其他影片的排映,从观众消费层面而言仍然有多样选择的内在需求,《撞死了一只羊》正是在该档期内丰富市场的‘良药’。”

谢世明对《撞死了一只羊》的市场成绩表示赞叹,“艺联最近发的影片成绩确实都比较好,它已经做出了很强的影响力,一方面它的加盟影院规模越来越大,另一方面它选择影片的标准也越来越严格。《撞死了一只羊》肯定是要走长线放映的,在《复联4》一片独大的情况下,这么一个艺术片票房即将过千万,未来经过长线放映,可能会有更大的空间。”