

2019“年度黑马榜”出炉 观众口碑铺就逆袭之路

■文/本报记者 郑中砥

2019年的电影市场交出了642.66亿元票房的答卷,其中以“黑马”之姿在市场上崭露头角的十几部国产影片,累计贡献票房超175亿,全年票房占比超1/4。这些影片类型多样、种类丰富,带给观众耳目一新的视听体验,同时也向行业内外证明了中国电影市场蕴藏的巨大潜力与无限可能。

从年初到岁尾,几乎每一个档期都有“黑马”现身,而且这一年,正向口碑与“黑马”影片的匹配度不断攀升,优质口碑的发酵成为必要条件。

中国电影艺术研究中心联合艺恩进行的中国电影观众满意度调查,是一套独立于票房之外的电影综合评价体系,直观反映了影片在观众群中的口碑。在2019全年度不同档期的中国电影观众满意度调查中,观众对影片的满意程度与影片的市场表现之间呈现大范围的正向互动。可以说,“黑马”影片正是这种正向互动的真实反映。

这些“黑马”中,既有《哪吒之魔童降世》、《流浪地球》这样大体量、高工业水准的影片代表,也有《烈火英雄》这样的新主流大片,还有《扫毒2:天地对决》、《误杀》、《反贪风暴4》、《“大”人物》这样具有类型创新价值的商业力作,更有《少年的你》这样具有文艺气质、作者表达的现实题材佳作。

而在动画电影上,不仅是《哪吒之魔童降世》,随着《白蛇:缘起》、《罗小黑战记》等影片的亮眼表现,2019年度的国漫“黑马”接连不断。

同时,古装仙侠类影片《诛仙1》的市场表现,也让业界重新将目光投向了这一沉寂了几年的电影类型。

年末岁尾之际,2019年度电影市场最后一个惊喜来自于宠物治愈影片《宠爱》,这部赶着2019年最后一天上映的影片,为整个2019年度贡献了出人意料的1.73亿票房。

年度最大“黑马”《哪吒》

《哪吒之魔童降世》改编自我国神话故事,用现代视角重构经典,讲述哪吒虽“生而为魔”却“逆天改命”的成长经历。在《哪吒》上映之前,业内已有风声称这部动画“必超10亿、必破纪录”。这种在当时看来过于大胆的预测,后来都一一实现,而且这一次,梦想照进现实的程度超出了所有人的预期。

《哪吒》上映后连续28天保持日冠,蝉联四周暑期档周榜冠军。2019年12月28日,在2020到来之前,《哪吒》票房突破50亿,成为中国电影市场化以来第二部突破50亿的电影,仅次于2017年的《战狼2》。《哪吒》成为2019年中国电影市场上当之无愧的“头号黑马”。

这样历史性的成绩背后,是影片高品质带来的高口碑和高满意度。

在中国电影观众满意度调查中,《哪吒》以87.5分强势领跑,成为历史调查28部动画影片的满意度冠军,其高超的动画制作水准彰显了中国电影工业化技术的又一次突破,高观赏性带动了高传播度,两大指数均居档期第一位,形成了全民观影热潮。调查还显示,从观影动机上看,《哪吒》最核心的观影动机为“影片口碑好”。

这些都从侧面印证了观众的满意和口碑对一部影片市场表现的决定性作用。

业内人士普遍认为,《哪吒》的成功很大程度上要归因于口碑引发的“自来水效应”,这与2015年的动画电影《大圣归来》的“自来水”有异曲同工之妙。“口碑决定着影片的表现,现在只要电影上映,当天下午在购票平台上了评分后,基本上就迅速分出了胜负。”金逸珠江院线总经理助理谢世明说。

科幻“黑马”《流浪地球》

2019年春节档在《流浪地球》、《疯狂的外星人》、《飞驰人生》、《新喜剧之王》等8部影片的竞争中显得异常激烈。最终,《流浪地球》凭借超强口碑发酵带来的长尾效应,收获46.56亿,成为春节档上映的影片中市场成绩最佳的一部,位列中国电影市场化以来的票房第三名,成为该档期当之无愧的“黑马”。

在《流浪地球》横空出世之前,没有人想到它会成为春节档最终的赢家。但该片在上映第二天便从开画第4名跃升至日票房亚军,从第3天起迅速制霸春节档,如此快速的逆袭,让全行业再次领教了口碑的威力。

在中国电影观众满意度调查中,《流浪地球》以85.6分获得春节档期满意度冠军,尤以超高观赏性位列2019年度调查之首。在各大售票平台上,该片评分均超9分。

支撑如此强势口碑的,是影片高规格的制作水准和工业水准。《流浪地球》用精良的制作让观众第一次看到,也第一次相信了,中国电影在未来的科幻电影世界必将占有一席之地。

导演郭帆与一众主创将这部电影称为“小破球”,这个昵称浓缩着7000多人、4年创作路上筚路蓝缕的艰辛。在3000多张概念

设计图、8000多个分镜中,《流浪地球》将中国科幻电影的工业质感一点点累积起来。

创作团队的努力最终凝聚成银幕上一帧帧具有中国特色工业美学风格的影像画面。在诸多观众评价中,“开启中国科幻电影元年”的说法令人印象深刻。同时,不仅是普通观众,《流浪地球》也收获了业内专家学者的一致好评。

清华大学教授尹鸿用“空谷足音”形容《流浪地球》在电影史中的意义,他认为《流浪地球》突破了传统科幻类、穿越类影视作品“尚古”的传统,借助刘慈欣小说的建构,呈现了一个科学幻想基础上的未来世界。“人类未来2500年的伟大救援行为,使这部电影有了全新的时空观,在想象未来的大背景下追问我们是谁、从哪里来、到哪里去的终极命题。”尹鸿说,“即便影片对科学假设、人物呈现还有瑕疵和遗憾,但它开启的绚丽而宏大的科学与想象的未来,在中国电影中都是空谷足音。”

年度主旋律“黑马”《烈火英雄》

从2019年初的《流浪地球》到暑期档的《烈火英雄》,主旋律商业大片以家国情怀为内核,以商业化类型为外壳,不断进行融合与发展,在市场中与观众达成强烈的默契。2019年8月1日上映的《烈火英雄》在暑期档强势逆袭,勇夺17亿票房,为主旋律商业大片燃起一把大火。

中国电影观众满意度调查·2019年暑期档调查显示,《烈火英雄》观众满意度85.3分。其中,影片观赏性得分85.4分;传播度得分80.5分;思想性得分88.4分,为影片三大指数中最高,充分表明了观众与影片所传达的思想情感和社会价值形成了深度共鸣。而从传播度指标来看,专业观众“传播意愿”分值高扬,得分92.3分,居第一位,表明影片高度激发了专业观众进行分享和推荐的愿望。

港式警匪片“黑马” 《扫毒2》、《反贪风暴4》

《扫毒2》和《反贪风暴4》两部影片的“缉毒”和“反贪”题材,保持了港式警匪类型片一贯精良成熟的制作水准,无论是枪战动作场景、反转悬疑剧情,还是港式兄弟情怀,都为观众提供了熟悉的优质观影体验。市场表现最终也都超出预期,且远超前作。

暑期档提档一周的《扫毒2》在优势档期中赢得了更大市场空间,同时,自身优质的影片品质更为它发酵口碑,吸引更多观众,最终多种优势因素作用下,实现超13亿票房。

选择在清明节档期上映的《反贪风暴4》,同期竞争影片只有《风中有朵雨做的云》和《雷霆沙赞!》,在品质、档期、类型等多种元素共同作用下,《反贪风暴4》上映首日便形成市场优势,且连续保持19天市场日冠,最终获得超预期成绩,票房近8亿。

中国电影观众满意度调查中,《反贪4》获得83.7分,《扫毒2》获得83.5分,在普通观众和专业观众之间均形成了不错的口碑,更形成了港式警匪片的整体优质口碑印象。

年度类型翻拍“黑马” 《误杀》、《“大”人物》

《误杀》和《“大”人物》都翻拍自国外成功影片,在剧本上有较为坚实的基础,能够成为档期“黑马”,主要原因在于影片成功的本土化落地,将中国情感注入影片,拉近观众与电影之间的情感距离。

从类型角度看,两部影片都属于强情节的悬疑罪案类影片。《误杀》改编自印度电影《误杀瞒天记》,影片类型清晰、悬疑感强,演员表演也成为影片的一大亮点。最终取得超10亿的市场成绩,不仅超出业内预期,也打破悬疑罪案类影片的市场“天花板”。

2019年初上映的《“大”人物》翻拍自韩国电影《老手》,相较于原版,影片的情感表达更为充分,留给人物的发挥空间更大,也给观众

更多“共情”的余地,最终斩获3.79亿票房。

翻拍“黑马”接连出现,意味着中国电影在类型片翻拍和本土化嫁接中已经渐渐探索出发展方向。

年度动画“黑马” 《白蛇:缘起》、《罗小黑战记》

曾经在中国动画电影市场上,好莱坞动画、日漫等几乎都处在头部位置,除了稳健的“熊出没”等少数本土动画系列IP,很多时候都难逢对手,但自2015年以来,随着《大圣归来》、《大鱼海棠》、《风语咒》、《白蛇:缘起》、《哪吒之魔童降世》等一批国漫代表的出现,国产动画急速发展,中国电影市场再也不是进口动画的乐园。

“进口动画IP续集表现差会慢慢变成一种常态,他们(国外动画电影方)以后要慢慢习惯在中国电影市场上的这种态势。”谢世明说。

在2019年的动画电影市场上,除《哪吒》这一年度“黑马”之外,《白蛇:缘起》、《罗小黑战记》也成为该类型的两大“黑马”。

其中,《白蛇:缘起》是口碑反推市场的又一典范。该片2019年1月11日公映后票房并不理想,但优良的口碑助推排映坚持到1月31日(影片公映后的第21天)逆袭了好莱坞大片《大黄蜂》和《死侍2:我爱我家》,连续五天登顶日票房第一。好口碑延续影片生命力,到2月9日,该片上映已达30天,且在春节档激烈的竞争环境下,影片再次出现一波触底反弹走势,全国单日场次出大年初一的53场回升至943场,场均人次也不断攀升,最终获得4.48亿票房。

2019年春节档中国电影观众满意度调查的结果也证明了该片的口碑效应——《白蛇:缘起》以过硬品质获得84.6分,位居年度动画调查榜单第二,仅次于《哪吒》。

无独有偶,《罗小黑战记》的市场曲线也是如此。2019年中秋档期中国电影观众满意度调查结果显示,《罗小黑战记》以83.3分领衔中秋档,成为自2016年开启对中秋档这一非传统常规档期调查以来的满意度最高分。在历史调查的29部动画影片中,《罗小黑战记》整体表现平稳均衡,票房、满意度都居中等偏上水平,观赏性得分83.8分,思想性得分82.8分,传播度82.7分,称得上是国产动漫电影的又一佳作。

尤其是传播度,《罗小黑战记》在2019年调查的所有影片中仅次于《哪吒》居第二位,表明观众对影片表现出了较高的分享传播意愿。这些口碑数据,从侧面解释了该片迅速突破圈层,斩获3.14亿市场成绩的原因。

现实题材“黑马”《少年的你》

小而美的文艺类现实题材影片近年佳作频出,2019年在同类影片中,《少年的你》获得了观众最高的呼声。

在2019年初档中国电影观众满意度调查中,《少年的你》以86.2分进入历史调查276部影片满意度TOP10,以一己之力拉升了档期满意度评价。影片观赏性得分84.9分,思想性84.8分,传播度91.6分,新鲜度82.5分,均位列档期榜首。

从影片来看,《少年的你》聚焦青春现实题材,以细腻的创作手法,从学校、家庭和社会的角度关注青少年成长教育问题。在银幕上下形成了社会效益和市场效益的良性互动。最终15.5亿的市场成绩成为观众对优质影片的最佳回应。

年度IP“黑马”《诛仙1》

在IP退潮、“小鲜肉”失灵的2019年,《诛仙1》的出现证明了粉丝群体仍然具有强大的市场影响力。

这部改编自长篇小说《诛仙》的电影,口碑的两极分化是整个2019年“黑马”阵容中独一无二现象。一方面是粉丝对偶像的宽容和热捧,另一方面,影片的剧情和表演



成为大多数原著粉和普通观众的主要攻击点。在巨大的争议声中,《诛仙1》产出了4亿票房。

业内人士普遍认为,IP有其生命力,只有精良品质才能不断延续IP的价值,反之,IP生命力总有被消耗殆尽的一天。

宠物治愈系“黑马”《宠爱》

在2019年最后一天上映的《宠爱》,讲述了几组不同人与宠物之间的动人故事。影片在2019年内产出1.73亿票房,被业内称为“2019年度的最后一个惊喜”。

整个2019年,主要宠物类影片有《一条狗的使命2》、《小Q》等影片。这类影片有较为稳定的观众群,且经过近年电影市场的不断发展,宠物治愈系影片也与观众之间形成默契。

《宠爱》的明星阵容覆盖不同年龄层观众,影片6个故事涉及亲情、友情、爱情等诸多方面,尽可能地与更大范围的观众产生情感链接。最终在优质内容和其他因素的共同作用下,交出了超预期的市场答卷,成为2019电影市场上最后一个出场的“黑马选手”。

回望2019年电影市场的“黑马”阵容,不难发现优质口碑已经成为黑马诞生的重要前提,未来,口碑对市场的影响力还将随着电影工业体系的不断完善、观众素养的不断提升而越来越大。对于创作者来说,只有不断打造高品质、高口碑的电影佳作,未来才能真正征服市场、征服观众。

首届“光影中国”电影荣誉盛典 在京举行

本报讯 日前,由人民网、中国电影评论学会联合主办,灯塔、淘票提供数据支持的首届“光影中国”电影荣誉盛典在人民日报社举行。

李前宽、陶玉玲、雷恪生、闫桂云、王庆祥、孙淳等艺术家,中国电影家协会主席陈道明,中国电影股份有限公司总经理、华夏电影发行有限责任公司董事长傅若清,博纳影业集团董事长于冬,导演唐季礼、郭帆,作曲家舒楠等电影人,中国文联电影艺术中心主任、中国电影评论学会会长饶曙光,中国电影文学学会会长王兴东,中国文联文艺评论中心副主任、中国文艺评论家协会副秘书长周由强,人民日报文艺部主任袁新文,人民网党委副书记、董事、总编辑、副总裁罗华等参加了活动。

人民网党委委员、董事、副总裁唐维红代表主办方致开幕辞。唐维红表示,首届“光影中国”电影荣誉盛典旨在用传媒视角,推介镜头记录伟大时代的中国电影佳作和中国电影人。希望盛典能为中国电影的创作和宣传推广打开新思路、开拓新视野,期待人民网与众多优秀的电影人勠力同心,打造出更多反映时代、观照人民的优质作品。

主办方代表、盛典推介委员会委员饶曙光在致辞中表示,委员会综合专业维度、主流建设声音、价值引领等多个层面进行了认真细致的分析研讨,相信盛典荣誉能够得到社会各界的认同。希望通过此次盛典,引领中国电影高质量发展,以电影的方式推动社会进步,满足人民群众多样化和差异化的需求,满足人民群众对美好生活的期待。

首届“光影中国”电影荣誉盛典在现场揭晓十一项荣誉:《我和我的祖国》获得2019年度荣誉推介电影和2019年度荣誉推介编剧;《流浪地球》导演郭帆获得2019年度荣誉推介导演;《老师·好》主演于谦获得2019年度荣誉推介男演员;周冬雨和袁泉分别凭借《少年的你》和《中国机长》同获2019年度荣誉推介女演员;2019年度荣誉推介新人演员由易烱千玺获得;《哪吒之魔童降世》被授予推介委员会特别荣誉推介电影。

在传播类荣誉方面,《哪吒之魔童降世》、《流浪地球》、《攀登者》凭借着各自特点鲜明的海报入选2019年度传播电影海报案例。2019年度传播歌曲案例包括王菲演唱的《我和我的祖国》,周延、白阳演唱的《哪吒》以及周深演唱的《缘起》。2019年度传播营销案例授予了《哪吒之魔童降世》、《流浪地球》、《我和我的祖国》,这三部影片也与其他7部电影共同入选了2019年度传播十大电影榜单。

在盛典的尾声,现场嘉宾一同上台,在精心准备的灯笼和贺卡上留下自己对2020年中国电影的祝福。老艺术家陶玉玲在贺卡上写道:“新年伊始,大家撸起袖子加油干,为人民拍出更多更好的电影。”雷恪生也衷心祝愿中国电影人在2020年能拍出更好的影片。

(影子)

(上接第1版)

“文化进万家”——2020年新春电影进乡村主题放映活动福建启动

杨玉飞认为,主题放映活动作为农村公益电影放映的一面旗帜,中央领导同志高度重视,多次作出重要批示,也得到各相关单位的大力支持。本次主题放映活动就是号召全国广大农村公益电影工作者牢固树立以人民为中心的工作导向,在元旦和春节期间,深入农村、社区、校园、福利院、军营等开展惠民、为民、乐民的电影放映活动,以“听得到、看得见”的方式,送欢乐下基层,送文化进群众,营造欢乐祥和、喜庆热烈、文明进步的浓厚氛围,增强农村观众的文化参与感、获得感和认同感,营造积极向上、充满正能量的社会风尚,凝聚团结进取、奋发图强的强大精神力量,进一步激发全党全国各族人民的昂扬斗志,把农村公益电影事业打造成传播社会主义核心价值观、弘扬社会主义核心价值观的重要宣传思想阵地。

福建省委宣传部副部长叶曼表示,福建省将以此次“文化进万家”——2020年新春百部电影进乡村助力脱贫攻坚“决胜小康 奋斗有我”主题放映活动为起点,让广大农村群众第一时间分享到更多好电影、新电影,以实际行动助力脱贫攻坚,决胜小康,扶精神、扶智力、扶志气,为坚持高质量发展落实赶超,谱写新时代福建建设新篇章助力添彩。

中国电影发行放映协会副会长梁义表示,中国电影发行放映协会电影农村电影分会各会员单位和广大农村电影放映工作者要深入学习贯彻习近平总书记“三农”思想和对福建、宁德的重要指示批示精神,深刻理解脱贫攻坚和乡村振兴战略的伟大意义,把决胜全面建成小康社会作为主基调,为打赢脱贫攻坚战、实现乡村振兴战略定主心骨、汇聚正能量、振奋精气神。要结合农村电影工作实际,准确把握“五个振兴”内涵和“五个振兴”之间的关系,大力弘扬“滴水穿石,久久为功”的闽东精神,把农村电影惠民工程进一步做好做扎实,让党和政府放心、让农民群众满意。

启动仪式上,中央宣传部电影数字节目管理中心、福建省电影局联合向福鼎市赠送一套流动数字电影放映设备。活动现场,中国文联出版社向当地村民赠送200份新春福瑞包。此外宁德市民族歌舞团在启动仪式上还带来了一场畲族特色的文艺演出。

当天,中国文联、福建省文联艺术家们还现场写春联、送福字,为赤溪村村民送去节日的祝福。

据了解,本次主题放映活动将在福建全省有放映条件的地区,特别是在福建全省贫困县,每个县选择两个观影条件较好的农村电影室内放映点,在春节大年初一至大年十五期间连续放映群众喜爱的电影。中央宣传部电影数字节目管理中心联合中共福建省委宣传部、福建省电影局全年以“百部电影进乡村助力脱贫攻坚”为主题陆续在福建全省贫困县开展公益电影放映活动。