

# 2020 鼠年春节档前瞻： 春节档票房 13 年实现 70 倍增长 系列影片助力有望再创新高

■文/本报记者 赵丽

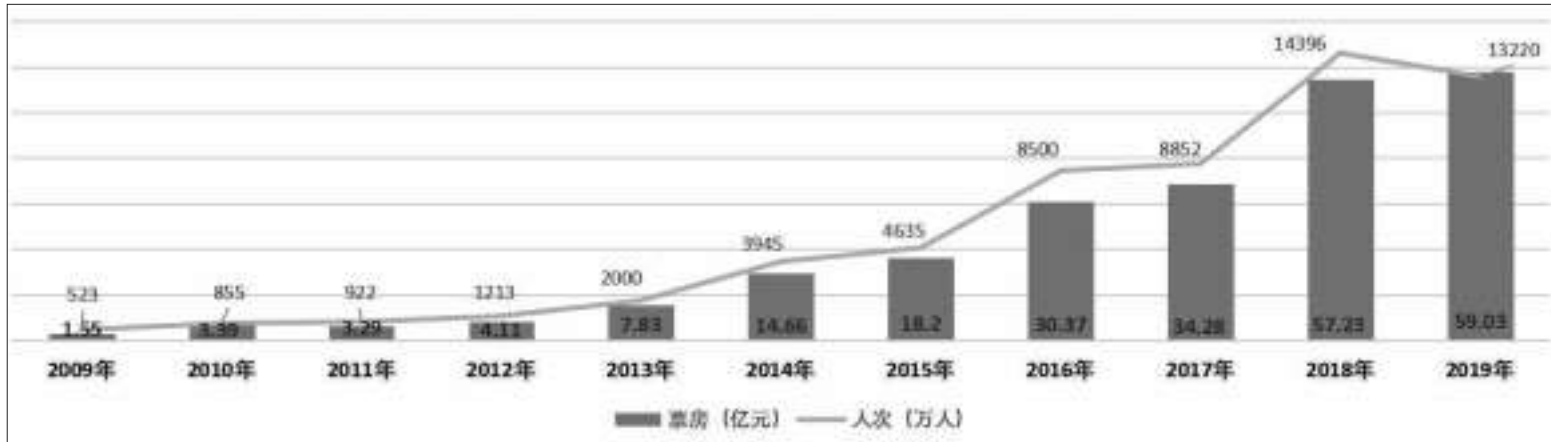
2019年,中国电影总票房定格在642.66亿元。

去年春节档票房突破59亿元,成绩斐然,这7天票房占比全年总票房超过9%。毋庸置疑,春节档已然是全年最“吸金”的档期。

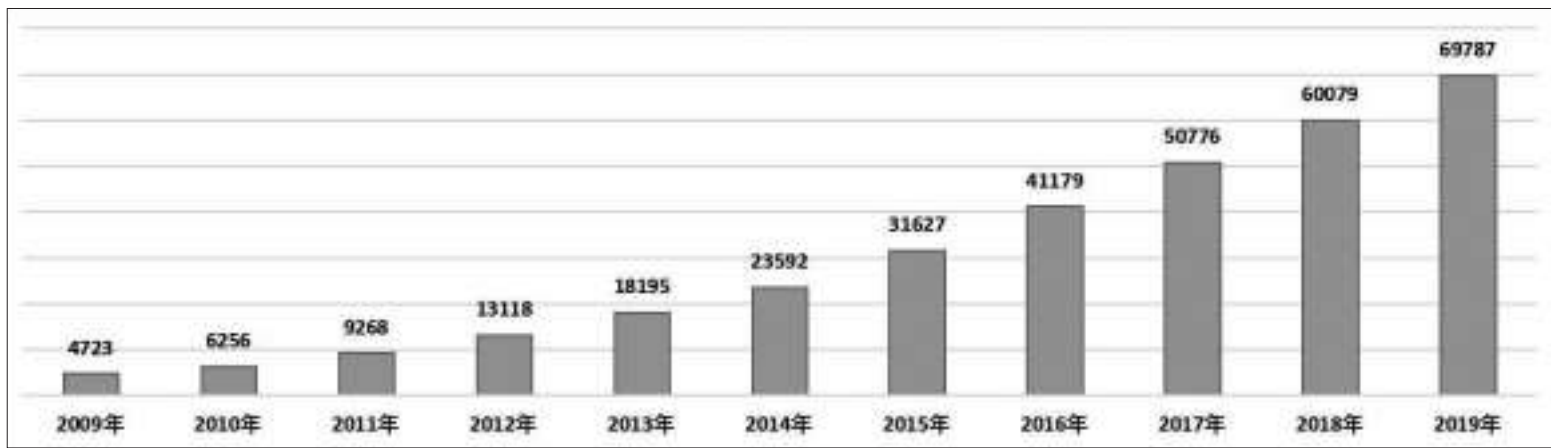
2020年春节档临近,随着路演陆续展开,春节档的突围之战已经打响。目前定档春节档的影片有《夺冠》、《紧急救援》、《唐人街探案3》、《囧妈》、《姜子牙》、《熊出没·狂野大陆》、《急先锋》等,这些影片共同组成了2020年春节档的稳定阵容,“七分天下”的格局渐渐清晰。

一年之计在于春,春节档的火热,不仅仅只是票房的增长,更是中国电影“强国之路”的一次有力进击和年度市场繁荣的一个经典缩影。

2009—2019年春节档票房、人次信息(仅供参考)



2009—2019年全国银幕数信息



2009—2019年春节档全年票房占比、全年人次占比信息



## 从关门歇业到门庭若市 春节档票房13年实现70倍增长

2006年,《霍元甲》成为在春节期间上映,首部累计票房过亿的国产大片,七天假期票房8000万。2019年,春节档冠军《流浪地球》累计收获46.81亿,大年初一单日票房14.6亿,七天假期票房59.03亿。

13年的时间,70多倍的票房增长,春节期间的电影院,已经从关门歇业变成了门庭若市。尤其是2013年以来,春节档在中国内地电影市场的崛起呈现出不可阻挡之势。如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所说,春节看电影已成为中国百姓的“新民俗”。

春节档的发展也经历过起伏。

电影产业化初期,影院在大年三十下午便会停业,大年初一是固定的休息日。直到2006年,《霍元甲》以7000万的票房“傲视群雄”,这个放到现在根本不值得一提的数字,在当时已经“震惊”了业界。但随后一年,《博物馆奇妙夜》、《门徒》等影片未能延续《霍元甲》的好成绩,春节期间票房总计7670万,大年三十票房甚至不到100万。

2008年,春节档的票房再度得到提升,《长江七号》、《大灌篮》联手助力档期票房突破1亿元大关;2009年《疯狂的赛车》横空出世,与《游龙戏凤》等影片将档期票房提升至1.55亿。

2010年是春节档发展的标志性年份。为了迎接《阿凡达》的内地上映,大批影院在2009年底开业,当年春节档的全年票房占比达3.3%,为2006年—2012年期间的最高值。

2011年—2012年,虽然3D放映逐渐普及,银幕数从2010年的6256块迅速增长至2012年的13118块,但《最强喜事》、《武林外传》、《大侦探福尔摩斯2》等影片显然无法撑起1万块银幕的市场容量,国产优质大片仍集中在12月底的贺岁档上映,春节档票房占比分别为2.6%和2.4%,呈现逐年下滑的趋势。

2013年对于春节档来说,又是一个全新的起点。周星驰的《西游:降魔篇》成为首部在大年初一上映的超大体量的国产片,5.3亿的档期票房、12.46亿的累计票房让《101次求婚》、《云图》等同期影片失色,也让春节档的票房提升至7.83亿,同比增长90%。

这一年的春节档的确给了市场很大惊喜,经过多年的培育,春节期间的电影消费习惯逐渐形成,内容的供给也逐渐完备。有了《西游:降魔篇》的成功经验,另一部西游题材的《西游记之大闹天宫》早早便宣布入驻2014年春节档,自此,春节档成为了国产大片的必争之地。

2013年—2019年这七个春节档,相继推出了《西游:降魔篇》、《西游记之大闹天宫》、《天将雄师》、《美人鱼》、《西游记之三打白骨精》、《澳门风云》系列、《西游:伏妖篇》、《乘风破浪》、《功夫瑜伽》、《红海行动》、《唐人街探案2》、《捉妖记2》、《流浪地球》、《疯狂的外星人》、《飞驰人生》、《熊出没》系列等数十部影片,14部影片最终票房超过10亿,而截至目前全部中外影片票房过10亿的仅70多部,国产影片仅40多部。尤其是《红海行动》、《流浪地球》等影片,凭借过硬的质量与不俗的口碑后来居上拿下当年的春节档冠军,再次印证“内容为王”这一亘古不变的真理,各大影视公司也纷纷将手中的“王牌”投放在春节期间。

春节档票房的迅速增长,首先得益于电影院的扩张与下沉。从数据上看,

2006年—2019年,全国电影银幕数已从3034块增长至7万块的量级。

首都华融电影院经理于超认为,由于观影已成为春节期间的“刚需”,因此票房的的增长取决于银幕的激增,受其他因素影响较小,市场容量有多大,票房潜力就有多大,春节档也是找到电影市场票房“天花板”的最佳机会。

春节档的火热,也说明百姓文化消费习惯的回归。相比过年的传统文化活动,电影属于新兴文化产业,在经济形势发展良好的大趋势下,文化消费总量的提升是电影产业持续发展的重要保障。

## 《夺冠》《紧急救援》获高关注度 “新主流大片”领衔2020春节档

梳理2013年至今的春节档票房冠军不难发现,从《西游:降魔篇》、《西游之大闹天宫》、《天将雄师》、《美人鱼》、《西游:伏妖篇》,到《唐人街探案2》、《流浪地球》(按春节档7天票房排名),春节档越来越有包容性,类型更加多样化,喜剧类电影不再是春节档唯一的赢家。

计划于2020年春节档上映的影片,不论从数量还是质量上看,都非常值得期待。《夺冠》、《紧急救援》、《唐人街探案3》、《囧妈》、《姜子牙》、《熊出没·狂野大陆》、《急先锋》等影片共同组成了2020年春节档的阵容,“七分天下”的格局已经形成,涵盖悬疑、奇幻、冒险、喜剧、灾难、动画等。

其中,《夺冠》、《紧急救援》两部“新主流大片”,获得了业界很高的关注度。

由导演陈可辛执导,巩俐、黄渤领衔主演的电影《夺冠》,在大银幕上回潮了中国女排的奋斗史,是2020年春节档最受期待的影片之一。林超贤的新片《紧急救援》取材于真实海上救援事件,继《湄公河行动》、《红海行动》之后,通过独特的影像语言,将一群一直在幕后默默守护航海安全的救援人推至台前。

清华大学新闻与传播学院副教授梁君健十分看好《夺冠》的市场前景,他认为,这部影片覆盖的观众群体非常广泛,从老女排到新老女排,各有各的“粉丝”群体。《紧急救援》之前有类似题材“铺垫”,重工业的技术水准和商业水准,也很有希望实现好成绩。

“以往春节档是古装、喜剧、奇幻的天下,但近几年可以看到档期包容性的提升,不论是哪部影片,只要创作上够硬,在宣发上足够专业,都可以取得好成绩。”梁君健说。

饶曙光表示,《夺冠》是一个“特例”,从目前看影片的主演、故事得到了大家的认可,加上中国女排本身的号召力,这部影片有比较强的竞争力。

ACE影城负责人刘晖表示,《夺冠》出现在春节档是少见的,但《流浪地球》、《红海行动》的成功,证明春节档不是只有喜剧合家欢才能“独大”,观众的口味在多样化,只要质量好,就有好表现。目前看,正是因为这种独特性,很多中老年人观众想看《夺冠》。

她同时认为,林超贤的《湄公河行动》和《红海行动》创造了中国军事动作片的票房高峰,《紧急救援》也会有新的亮点,场面和视听有更好效果的话,也会受到观众和市场的追捧。

## 强强对话更拼营销 提前“抢跑”成新趋势

除了电影题材更加丰富和系列化趋势更强外,提前定档和宣传也成为春节档的一大趋势。比如9月25日宣布定档日期的《姜子牙》和《急先锋》、10月14日宣布定档的《囧妈》、《唐人街探案3》10月17日便宣布定档时间。值得注意的是,国庆档期间,电影的映前贴片里还出现了很多定档大年初一的影片预告……2020年春节档战役早已悄然打响。

选择在火热的国庆档电影贴片宣传,抢占市场先机,成为春节档电影不约而同的举动。很显然,春节档收益大风险也大,时间周期就是准备充分的表现,在更早的时间里定档便可以更早做准备。

其实,面对春节档这个“最吸金”档期,共赢才是真的赢。在第28届中国金鸡百花电影节金鸡论坛上,三位都有新片在春节档上映的导演陈可辛、徐峥、陈思诚,虽是竞争者,但三位导演都表现得非常和谐。徐峥说,“每一部电影都是所有主创人员用心创造的,出于对电影的热爱,希望都能有个好结果。大家在良

性的平台上,给观众创造最好的内容。”陈思诚直接表态,“众人拾柴火焰高,我们不互黑,希望春节档能再创新高。”随后陈可辛也在朋友圈声明,“今年纳投名状。神仙不打架,绝不互黑!”

如今,市场容量已达7万块银幕。那么,让每一部影片找到自己的观众就是好的宣发。

## “囧”系列首次入驻春节档 “唐探”为IP电影示范

自从2015年《唐人街探案》上映之后,陈思诚对于他的“唐探宇宙”的构建,正在一步步实现。2015年,首部《唐人街探案》于12月31日上映,共收获票房8.18亿,2018年春节档,《唐人街探案2》以33.97亿摘得档期亚军,目前这一票房位列影史国产片票房榜第五位。

《唐人街探案3》的主人公依旧是“唐人街神探组合”唐仁,故事发生地也从之前的曼谷、纽约转到了日本东京,一样的“陈氏推理”,熟悉的喜剧风格,这部影片也是备受期待。春节档预售开始后,该片遥遥领先其他竞争对手。

饶曙光对于《唐人街探案》系列抱有很大的期待,他认为,这一系列影片的空间、容量、张力足够大,为中国电影创造自己的IP做出了很好的示范。梁君健则认为,《唐人街探案》前两部成绩不错,导演、主演的融合不变的话,将会很好契合过年的气氛。

徐峥的“囧”系列曾分别在贺岁档、国庆档上映,此次入驻春节档,也是信心满满。

在于超看来,《唐人街探案》系列延续的是故事、人物,每部影片都会为下一部埋下伏笔。而“囧”系列则是延续徐峥的风格,内容上的延续性不强。

《囧妈》讲述了老板徐伊万缠身于家庭危机和商业纠纷中,却阴差阳错与妈妈坐上了开往俄罗斯的火车的故事。影片主演包括了徐峥、沈腾、贾冰等喜剧明星,袁泉则在《心花路放》后再度与徐峥合作。

饶曙光表示,相比于《唐人街探案》,“囧”系列的规定性比较宽泛,弹性较大,不是传统意义的系列片。但“囧”系列有很好的观众基础尤其是三四线观众基础,如果情节丰富、人物饱满,对观众的吸引力是比较大的。

ACE影城负责人刘晖认为,《唐人街探案3》和《囧妈》有以往高票房优势,但劣势是高期待往往评判上就高标准,系列片如果没有更好的故事,往往会让观众审美疲劳,口碑要求更高。

## “熊出没”对打《姜子牙》 凭借差异化受众实现稳定输出

自2014年《熊出没之夺宝熊兵》上映以来,“熊出没”系列已成为最成功的国产动画品牌,单片票房也从第一部的2.47亿提升至第六部的7.15亿。

2020年春节档,该系列第七部《熊出没·狂野大陆》即将上映。数据显示,春节档动画电影往往有着稳定的市场份额,大约在10%—15%,加上良好的品牌效应,《熊出没》在这个春节档很有希望贡献稳定的输出。饶曙光表示,《熊出没》已形成动画电影的品牌效应和目标观众群,在春节档是差异化的存在,也具有差异化的市场空间。

但与往年不同的是,2020年春节档还将有一部《姜子牙》上映。《姜子牙》是“神话三部曲”之一,也是将“姜子牙”形象搬上大银幕的动画电影,讲述被贬下凡的姜子牙寻回自我的故事。

从“贴片”《哪吒》片尾彩蛋开始,《姜子牙》便获得了不小的关注度。于超预测,《姜子牙》很有希望借势《哪吒》,再度创造中国传统神话动画电影的佳绩。

刘晖表示,《姜子牙》因为有《哪吒》的加持,会影响大众的选择,而且受众面会更大。

春节档另一部影片是成龙主演的《急先锋》,去年的《神探蒲松龄》未能实现高票房和好口碑,但成龙的号召力仍然不能小觑。成龙和唐季礼的合作,一度是华语电影的标杆,创造了很多票房奇迹,在海外也有不错的认同度、传播度。饶曙光认为,二人的合作很有希望保持较高的水准。

刘晖同样认为,《急先锋》是观众熟悉的成龙电影模式,但有了新故事、新面孔,有基本观众群,这类影片胜在大众没有特别期待,多数人接受的片子类型,所谓期待不高时往往更可能有出人意料的表现。

梁君健表示,成龙的票房号召力一直存在,如果影片质量过硬,《急先锋》有望冲击10亿元量级。

总体看来,2020年春节档影片类型差异性很强,目前就中国电影市场而言,在质量作为前提的基础上,一部电影主要还是依靠话题性和话题产生的延伸效应,话题性越强,其延伸的范围和空间越大,就更容易获得成功。饶曙光预测,2020年春节档票房有望达到七八十亿量级。