

《夺冠》提档点燃“映前宣发战” 国庆档“八仙过海”击鼓催征

■文/本报记者 李霆钧

近日,电影《夺冠》宣布提档至9月25日公映,将国庆档争战的起始点前移了五天。加上定于9月30日上映的《急先锋》,10月1日上映的《我和我的家乡》、《一点就到家》、《姜子牙》、《木兰:横空出世》、《奇妙王国之魔法奇缘》,以及有望在国庆档上映的《流浪地球:飞跃2020特别版》,预计至少有八部影片组成了今年国庆黄金周的“电影方阵”。

几部影片也根据自身特点,制定了详细的宣传营销策略,以期在上映前“抢好身位”,提升影片号召力。《我和我的家乡》借《我和我的祖国》之经验,分章节、分批次发布物料信息,有条不紊,轮番“轰炸”;《一点就到家》紧紧把握“青春版中国合伙人”的卖点,充分利用主创演员在年轻观众中的影响力营造声势;《夺冠》在提档策略之余,将“一种精神,两次传承,三代传奇”的影片主题贯穿于宣传始终……

业界人士认为,国庆档完全有容量能够“吃得下”这些影片,需要各家在宣发上“各显神通”,把原定的目标观众群吸引到影院。同时,作为影院复工后的第一个大型档期,今年的国庆档更带有一种“强心针”式的意义。业界也希望并且有信心这些影片能够带来一波观影热潮。



◎《夺冠》提档弥补节前空档 业界称“很好的发行策略”

电影提档是一种常见的宣发策略。一年前,2019年国庆档的几部重点片《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》就曾“你追我赶”一般先后宣布提档,最终全部都在9月30日公映。

而在八年前,电影《金陵十三钗》和《龙门飞甲》对于档期的争夺则更加焦灼。起初,《金陵十三钗》定档12月16日,《龙门飞甲》定档12月18日。然后

《龙门飞甲》首先发力,将电影提档到和《金陵十三钗》同一天。《金陵十三钗》宣布再提档到12月15日的18时首映,《龙门飞甲》也不甘落后地马上提档到了12月15日的14时首映。

在《夺冠》宣布提档前,金逸珠江院线总经理助理谢世明就曾向发行方建议提前上映。谢世明表示,9月14日-20日这一周没有大片上映,如果趁着这段时

间进行点映,可以实现口碑的积累与发酵,待到国庆档爆发,而如果影片口碑足够好,则可以直接选择提前上映,占据相对有利的位置。

从目前的市场状况看,9月7日-13日单周票房6.52亿元,虽然有《花木兰》等新片上映,但并未撑起大盘,周票房环比有较大回落。浙江星光院线总经理富海芳认为,9月中下

旬的档期有些“青黄不接”,因此对国庆档影片来说是个好机会,可以提前营造口碑。

电影市场专家刘嘉认为,《夺冠》提档至9月25日是很好的发行策略,一方面因为今年国庆档影片相对拥挤,节前市场相对冷清,提前上映可以让市场进行“热身”,吸引观众尽早回到影院。另一方面,如果口碑好的话,该片在国庆档

期内同样可以实现很好的产出。

刘嘉谈到,去年国庆档有新中国成立70周年这样的大背景,节庆的氛围非常热烈,因此也提升了国庆档影片的号召力。而今年整体氛围烘托不及去年,尤其是在疫情防控常态化的大环境下,今年国庆档影片的宣发“真的要动动脑子”。

“电影院因为疫情关闭了近半年的

时间,市场有饥饿感,但产品并不能源源不断地供给市场。这也是《八百》在各项疫情防控措施的情况下仍然能燃爆市场的原因之一。”刘嘉说,“国庆档完全有容量能够‘吃得下’这些影片,现在需要各家在宣发上各显神通,把原定的目标观众群吸引到影院。就今年的情况而言,电影宣发和影院的共同努力尤为关键。”

◎延续春节档之前的大战势头 疫后“电影营销战”热度不减

正如刘嘉所说,尽管《夺冠》、《姜子牙》、《急先锋》在春节之前便投入了大量宣传资源,但宣布重新定档后,几部影片还是在宣传上绞尽脑汁。而《我和我的家乡》、《一点就到家》等影片更是“火力全开”,为国庆档的上映打下坚实的基础。

《我和我的家乡》作为《我和我的祖国》的姊妹篇,有望延续“祖国”的优秀成绩。影片的宣传策略也与《我和我的

祖国》如出一辙,分单元、分批次发布阵容、海报、预告,《天上掉下个UFO》单元预告,一经发布便登上抖音热点榜第1名、微博热搜榜第22名,同时还成为了影院复工后首支短视频平台播放量破亿的预告。

同时,该片由于参与主创较多,导演、演员个人的号召力也足以形成另一个维度的宣传矩阵。青年演员王俊凯、

王源在个人微博转发的《我和我的家乡》预告转发量均达“100万+”,沈腾、邓超、刘昊然、彭昱畅等众多主创也通过微博、朋友圈、抖音等各个平台进行了宣传。

《我和我的家乡》还在抖音、西瓜等短视频平台发起了上海、南京、西安、长沙、杭州、沈阳、贵阳七大城市联动的“拍家乡上电影”挑战赛,提供了拍摄内容有机会入选电影正片的奖励。

《一点就到家》则以“青春版中国合伙人”作为卖点,利用彭昱畅、刘昊然、尹昉三位主演的人气以及监制陈可辛的“金字招牌”为宣传主打。

谢世明表示,《我和我的家乡》在近期不断发布新物料,每一个故事都有角色、阵容等相关内容的发布,从宣传规模上来讲,《我和我的家乡》无疑是今年国庆的“种子选手”。

截至目前,在淘票票平台,《夺冠》想看人数达到184.1万。其中,35岁以上想看人群占比达到20.7%,高于同档期其他影片。《我和我的家乡》在猫眼平台的想看人数达到26万人,《急先锋》24万人。此前在春节档做了大规模宣传的《夺冠》为48万人,目前想看人数最高的为124万人的《姜子牙》。

据统计,《姜子牙》的数据上升主

要源自春节前的集中宣传,1月18日单日新增想看人数4万余人。从去年《哪吒之魔童降世》上映后,《姜子牙》不仅在《哪吒》片尾进行“贴片”,更在宣传中与“哪吒”进行联动,强化“封神动画宇宙”标签。二次定档后,《姜子牙》又非常及时地抢占复工先机,在几部原春节档影片中率先宣布转战国庆档。

◎10年增长了15倍 国庆档跃升最具成长价值电影档期

由于七天假期带来的市场空间,国庆档向来都是各大影片的必争之地。

2010年,国庆档的票房还不足3亿元,而到了2015年,在《夏洛特烦恼》、《港囧》、《九层妖塔》等影片的强势带动下,7天的总票房已经超过18亿,其中,《夏洛特烦恼》一部影片在国庆档的票房,就接近2010年国庆档

总票房的两倍。

2017年10月1日当天票房就达到3.82亿,超过2010年国庆档总票房,《羞羞的铁拳》、《英伦对决》等影片将2017年国庆档整体票房提升到26.29亿,这一数字为2016年10月全月票房的72%。

2019年9月30日,《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》三部影片集体上

映为国庆献礼,在这三部影片的助推下,2019年国庆档累计票房产出为44.66亿元,累计观影人次为1.17亿,超越2017年及之前历年春节档的人次纪录。2019年国庆档用3天超越了上年同期(19.04亿元),用4天超越了2017年保持的国庆档票房纪录(8天产出26.29亿元)。

2019年国庆档的耀眼成绩自然离不

开《我和我的祖国》、《中国机长》、《攀登者》这“三驾马车”的贡献。对比分析,今年国庆档上映的《我和我的家乡》、《一点就到家》、《夺冠》等作品,同样是既有符合时代精神的主流价值,又熟练运用类型化的叙事方式与年轻人对话,再利用商业化的手段激发观众的观影热情,这些要素也将成为电

影消费的原动力。

数据显示,自2007年至2019年的13年间,国庆档仅有过两次票房同比下跌,其余的11年时间,档期票房多处于大幅上涨区间,其中,增幅最大的有2008年国庆档票房同比上涨213%,2019年同比增130%,2017年、2015年、2014年、2013年的同比增幅均在60%以上。业界分

析,国庆档可以说是中国市场最具成长价值电影档期。

刘嘉认为,国庆档已经成为比较成熟的电影档期,几乎与春节档“并驾齐驱”。今年由于疫情的暴发,电影市场几乎没有得到很好的节日档期,暑期档也仅仅是“赶了个尾巴”,因此国庆档还是会带来很好的市场回报。

◎发扬中国电影人团结奋进优良传统 近70家出品方共同助力2020年国庆档

目前,已确定在2020年国庆档上映的影片包括《我和我的家乡》、《一点就到家》、《夺冠》、《急先锋》等四部故事片,以及《姜子牙》、《木兰:横空出世》、《奇妙王国之魔法奇缘》等三部动画电影。另有消息显示,《流浪地球:飞跃2020特别版》也有望在国庆档登陆全国院线。

参照以往国庆档影片的分布,今年“八仙过海”的配置已十分亮眼。八部影片背后也汇集了中影股份、华夏电影、北

京文化、阿里影业、欢喜传媒、光线影业、万达影视等近70家国有、民营制片单位,仅《夺冠》一部影片就有30余家出品方,彰显出电影行业集中发力,加速行业复苏的决心与信心。尽管大多数电影的拍摄都在疫情发生前,但集结行业力量,集中优势资源,进行联合创作、联合出品,已成为“后疫情时代”电影行业的共识。

谢世明表示,相比以往的国庆档,今年八部影片的类型更加丰富,尤其是《我

我和我的家乡》、《一点就到家》、《夺冠》、《姜子牙》、《急先锋》的“五强”,非常值得期待。

他预计,今年国庆档有望将档期票房推升至30亿元以上,达成国庆档历史第二高的佳绩。其中,《我和我的家乡》从热度上分析当属第一梯队,《姜子牙》、《夺冠》位居第二阵营,《一点就到家》、《急先锋》处于第三阵营。

谢世明认为,如果能够出台解除

50%上座率限制,可以在影厅内进食等政策,对于整个行业可以说是“锦上添花”。

富海芳用“三个期待”表达出对于国庆档的“欢迎”:“《我和我的家乡》等新片值得期待,国庆档期值得期待,观影高潮值得期待。”

业界的高期待值并非没有理由,刘嘉近期观察了国内外电影市场的复工情况,表示疫情暴发之后中国电影市场并

不是最快复工的,但一定是恢复最快、效果最好的。这一方面说明中国电影市场有着较强的韧劲,抗风险能力较强。同时也说明了消费需求始终存在,因此片方、终端、观众对于国庆档的期待值都很高,上映影片也属于“高配”。

自7月20日低风险地区影院恢复开放起,经历了较短冰封期的电影市场正在逐渐回温。数据显示,8月份全国总票房达到33.9亿元,观影人次接近1亿

人。其中,8月21日上映的新片《八百》票房已经突破26亿。而在七夕档档期,单日票房更是突破5亿,刷新了复工以来的纪录,给了观众及从业者很大的信心。

作为影院复工后的第一个大型档期,今年的国庆档更带有一种“强心针”式的意义。“今年的国庆档对于电影行业来说很重要,我希望并且有信心这些影片能够带来一波观影热潮。”富海芳说。