

2023年周末电影市场放映信息

日期	票房(万元)	周末总票房(万元)	主要在档影片
1月7日	8320	16131	《阿凡达:水之道》《绝望主夫》《想见你》
1月8日	7811		
1月14日	6410		
1月15日	3136	9546	《阿凡达:水之道》《绝望主夫》《想见你》
1月21日	1921	137621	《流浪地球2》《满江红》《无名》
1月22日	135700		
1月28日	76440		
1月29日	58950	135390	《满江红》《流浪地球2》《熊出没·伴我“熊芯”》
2月4日	42861	81103	《满江红》《流浪地球2》《熊出没·伴我“熊芯”》
2月5日	38242		
2月11日	23053		
2月12日	17441	40494	《满江红》《流浪地球2》《熊出没·伴我“熊芯”》
2月18日	17681	30623	《蚁人与黄蜂女:量子狂潮》《满江红》《流浪地球2》
2月19日	12942		
2月25日	12288		
2月26日	9359	21647	《毒舌律师》《流浪地球2》《蚁人与黄蜂女:量子狂潮》
3月4日	9476	16309	《毒舌律师》《断网》《流浪地球2》
3月5日	6833		
3月11日	11299		
3月12日	10031	21330	《保你平安》《回廊亭》《流浪地球2》
3月18日	11919	21112	《保你平安》《回廊亭》《雷霆沙赞! 众神之怒》
3月19日	9193		
3月25日	22980		
3月26日	16094	39074	《铃芽之旅》《保你平安》《不止不休》
4月1日	18931	31325	《铃芽之旅》《忠犬八公》《保你平安》
4月2日	12394		
4月8日	14494		
4月9日	10673	25167	《龙马精神》《忠犬八公》《超级玛丽欧兄弟大电影》
4月15日	10498	18429	《龙马精神》《超级玛丽欧兄弟大电影》《忠犬八公》
4月16日	7931		
4月22日	17646		
4月23日	6553	24199	《灌篮高手》《龙马精神》《忠犬八公》
4月29日	31491	64730	《长空之王》《人生路不熟》《这么多年》
4月30日	33239		
5月6日	14090		
5月7日	19678	33768	《银河护卫队3》《长空之王》《人生路不熟》
5月13日	15104	26831	《银河护卫队3》《人生路不熟》《长空之王》
5月14日	11727		
5月20日	33229		
5月21日	17182	50411	《速度与激情10》《人生路不熟》《银河护卫队3》
5月27日	12832	22602	《速度与激情10》《人生路不熟》《银河护卫队3》
5月28日	9770		
6月3日	13612		
6月4日	10841	24453	《蜘蛛侠:纵横宇宙》《速度与激情10》《天空之城》
6月10日	18539	32953	《变形金刚:超能勇士崛起》《蜘蛛侠:纵横宇宙》《速度与激情10》
6月11日	14414		
6月17日	13942		
6月18日	11343	25285	《变形金刚:超能勇士崛起》《闪电侠》《疯狂元素城》
6月24日	26427	46200	《消失的她》《我爱你!》《变形金刚:超能勇士崛起》
6月25日	19773		
7月1日	47908		
7月2日	41717	89625	《消失的她》《八角笼中》《我爱你!》
7月8日	42617	86680	《八角笼中》《消失的她》《长安三万里》
7月9日	44063		
7月15日	41139		
7月16日	43107	84246	《长安三万里》《八角笼中》《碟中谍7:致命清算(上)》
7月22日	44303	92969	《封神第一部》《长安三万里》《八角笼中》
7月23日	48666		
7月29日	39616		
7月30日	39837	79453	《封神第一部》《热烈》《长安三万里》
8月5日	50397	102109	《孤注一掷》《巨齿鲨2:深渊》《封神第一部》
8月6日	51712		
8月12日	44569		
8月13日	42408	86977	《孤注一掷》《封神第一部》《巨齿鲨2:深渊》
8月19日	37204	70998	《孤注一掷》《学爸》《封神第一部》
8月20日	33794		
8月26日	22727		
8月27日	20652	43379	《孤注一掷》《学爸》《封神第一部》
9月2日	19086	33916	《奥本海默》《孤注一掷》《学爸》
9月3日	14830		
9月9日	18536		
9月10日	14021	32557	《第八个嫌疑人》《奥本海默》《孤注一掷》
9月16日	13080	23217	《第八个嫌疑人》《敢死队4:最终章》《奥本海默》
9月17日	10137		
9月23日	7874		
9月24日	6237	14111	《第八个嫌疑人》《敢死队4:最终章》《孤注一掷》
9月30日	41695	84759	《坚如磐石》《前任4:英年早婚》《志愿军:雄兵出击》
10月1日	43064		
10月7日	10181		
10月8日	9630	19811	《坚如磐石》《前任4:英年早婚》《莫斯科行动》
10月14日	14921	26073	《坚如磐石》《前任4:英年早婚》《志愿军:雄兵出击》
10月15日	11152		
10月21日	14002		
10月22日	10703	24705	《河边的错误》《坚如磐石》《志愿军:雄兵出击》
10月28日	11876	21475	《拯救嫌疑人》《河边的错误》《二手杰作》
10月29日	9599		
11月4日	11292		
11月5日	8183	19475	《拯救嫌疑人》《二手杰作》《河边的错误》
11月11日	12049	20503	《拯救嫌疑人》《惊奇队长2》《无价之宝》
11月12日	8454		
11月18日	9776		
11月19日	7156	16932	《拯救嫌疑人》《无价之宝》《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》
11月25日	18900	31707	《涉过愤怒的海》《蜡笔小新:超次元! 超能力大决战》《我本是高山》
11月26日	12807		
12月2日	17265		
12月3日	12576	29841	《涉过愤怒的海》《再见,李可乐》《蜡笔小新:超次元! 超能力大决战》
12月9日	18709	33089	《瞒天过海》《三大队》《照明商店》
12月10日	14380		
12月16日	20027		
12月17日	15347	35374	《三大队》《怒潮》《名侦探柯南:黑铁的鱼影》
12月23日	19032	36080	《海王2:失落的王国》《三大队》《怒潮》
12月24日	17048		
12月30日	47090		
12月31日	73406	120496	《一闪一闪亮晶晶》《年会不能停!》《金手指》

(上接第7版)

## ◎ 大力发展周末档是多方受益的正向循环

党的十八大以来,中国电影市场从高速增长阶段迈向高质量发展阶段,春节档、国庆档等一跃成为全年最黄金的档期,但市场不均衡不充分的问题也同时凸显。随着2018年、2019年票房冲破600亿元,业界也开始展望未来,每个周末都能成一个档期,让影迷们每周都有走进电影院的理由。而要做到形成周末档,需要两个条件,一是每周都有新的好电影上映,用质与量吸引观众;二是有好多的观众观影,从而带来更多的票房回馈给片方,给予片方乃至全行业信心。

浙江星光院线总经理富海芳直言,从目前电影院的情况来看,想要有更高的票房产出,还是需要日常周末档上努力。“凭借关键档期的票房提升的增长空间

是有限的,如果要把全年票房再往上提升的话,最大的空间就来自于周末档。”如果周末档单日能够收获2亿,工作日单日能够收获1亿,那么全年电影市场的收入就将变得非常可观。

在拉升年度市场大盘的同时,周末档还能腰部影片提供发挥空间。尹腾宇表示,大体量影片往往在重点档期扎堆上映,而法定节假日档期票房空间有限,经常有口碑和质量不错的腰部影片在档期内被头部影片挤压,导致排片和票房无法充分释放,从而导致票房不及预期;因此发展周末档,让中腰部影片敢于定档普通周末档,对片方、影院和观众来说是多方受益的正向循环。

浙江省电影放映协会执行秘书长叶锋

## ◎ 依靠优质内容供给培养年轻人的观影习惯

灯塔研究院发布《2023中国电影市场年度盘点报告》统计,高热日本动画、部分好莱坞大片和悬疑罪案电影是2023年有效带动周末档的三大类型。《报告》指出,好莱坞大片是过往维持周末档大盘的主力军,但票房体量逐渐衰退,需要新品类替代。据统计,2023年三分之二的好莱坞系列电影票房衰减60%以上,无法吸引年轻观众是核心原因。

叶锋认为,现在的观影主力价值观与好莱坞电影的价值观渐行渐远,当年卖座的《速激》系列、《疯狂动物城》《头号玩家》《金刚:骷髅岛》《惊奇队长》“都是以前的电影,以前的观众,哪怕放到现在,也未必有这样的票房,观看这批电影的观众和时下观众不是一代人”。

同时,他认为好莱坞推出都是IP续集电影,而且故事表达也不完美,中国观众的欣赏水平在提升,没有“硬核”的内容,光有特效无法让观众买单。

“好莱坞电影在内地不吃香,也是电影全球化出现特有的‘东亚现象’,在韩国、日本,好莱坞电影也不是绝对的强项,大儒家思想区域,最终内核还是本土独特的文化精神,90年代的香港也是如此。”叶锋说。

相比之下,2023年3月10日上映的《保你平安》,11月1日开画的《拯救嫌疑人》,12月15日公映的《三大队》等国产影片在周末档表现出色,三部电影累计票房均超过5亿元。

尹腾宇表示,2023年整体票房和人次回升势头较好,产出了影史最高票房的暑期档和多部淡档期“黑马”,说明观众到影院的观影热情依然高涨;但毕竟经过了三年疫情,电影市场和观众观影习惯都发生了巨大的改变,观影习惯恢复的关键点是优质内容的持续供给。同时疫情后,年轻观众的购票比例确实有下滑趋势,其主要原因是适合现在年轻

观众的影片较少或影片口碑不及预期,因此建议创作端制作更多适合年轻观众的影片内容,持续培养年轻人的观影习惯,挖掘年轻观众的观影潜力,为电影市场吸引到更多“新观众”。

叶锋谈到,2000年后出生的一代是消费主力,但是他们从小在手机、IPAD的环境中成长,在互联网的思维下思考,通过B站、抖音认识影视作品,这20年,“时间碎片化”是改变一切视频传播的基本逻辑方式,也是新一代人的三观基础点。

他表示,现在国内电影的特效制作水准的提升,加上电影的语言表达合格,与好莱坞电影制作越来越接近,不是好莱坞电影在退化,而是我们在进步。好莱坞拍不出《我不是药神》《长安三万里》的中国情怀电影,而在中国电影的特效也可以和好莱坞相媲美的时候(《流浪地球》系列),他们在特效和内容上就没有了优势,自然会体现在市场票房上的下滑。

## ◎ 多地拿出“真金白银”促进电影市场迅速恢复

近两年,为了助推电影市场持续恢复向好,全国多地推出了促进消费的一揽子政策举措,拿出“真金白银”,推出多样活动,吸引更多观众在周末走进电影院。

2022年8月,国家电影局联合多家电影票务平台,共同开展2022年电影惠民消费季,发放1亿元观影消费券,对观众购票费用予以补贴,激发消费热情。电影消费季以“爱电影·爱生活”为口号,鼓励电影出品、发行单位积极投放优质影片进入市场,推动更多新片大片加快上映,积极开展路演直播、主创连线等线上线下融合的影片宣介活动,进一步提高宣传覆盖面和消费转化率,吸引更多观众走进影院观影。

2023年初,四川省开启以“乐享书影文化惠民”为主题的电影图书消费券发放活动,其中600万元用于电影消费券发放;福建省积极开展“福影迎春 福耀八闽”助推2023年春节电影市场复苏繁荣专项活动,发放2.5万张春节电影惠民消费券;8月11日至12月30日,由宁夏回族自治区

“助力文化消费,工会邀您看电影”普惠服务活动启动,面向全区广大职工发放10万张观影消费券;2014年1月12日,江苏连云港市2024年新春优惠观影活动举行,当地市民在指定影院使用云闪付APP支付,可享受线下购买影片“满100元立减50元”的优惠活动。

值得一提的是,2023年9月起,浙江省分阶段在建行生活·潮新闻·Z视介三个APP上发放2500万电影消费券,通过“直接发钱”和“错峰发钱”,从需求侧着手挖掘市场潜力,促进人们日常化观影,恢复和扩大电影消费,来促进供给侧结构性改革。

此举也获得了浙江省内诸多影院的赞赏,影院经理们一致认为,消费券的发放可以吸引观众走进影院观看看看、爱看的电影,帮助影片“破圈”,带来票房增量,增加电影院的人气,有效激活观影市场。

最新数据显示,浙江省第一阶段消费券发放共吸引38万用户参与,拉动电影消费25万人次带动票房1080万;第二阶

段开启后,12月单月共吸引35万用户参与,拉动电影消费26.8万人次,带动票房近1000万。

2024年1月18日,2024年湖南省“悦动湖湘·光影未来”电影促消费活动正式启动,拟发放25.66万张电影消费券,对省内观众购买电影票予以优惠补贴,活动持续至4月15日,覆盖全省14个市州所有的县市区,500余家电影院参与活动。

1月29日,北京市委宣传部分管日常工作的副部长赵卫东介绍,北京市电影局联合9家票务平台,电影院线于2月10日(正月初一)至2月24日(正月十五)开展“看电影 过龙年——2024年北京新春观影惠民活动”。补贴力度更大,惠民额度将超过2000万元。

此外,2023年7月,湖南省推出“周末一起看电影”活动,主要包括优惠立减、线下观影套餐优惠和会员观影专场等优惠观影活动,还包括作家走进电影院、芒果TV会员在现场、诗童千年铜官行等相关系列活动。

## ◎ 淡季周末档要更加注重提升营销意识

《“十四五”中国电影发展规划》提出,要深入研究电影市场供给与需求变化,积极开展对重要档期的指导调控,推动重点电影发行企业和院线企业建立沟通协作机制,合理把控电影上映的规模与节奏,进一步提高影片和档期的票房产出效益。加大对重点优秀国产影片宣传发行的扶持力度,推动实现社会效益和经济效益相统一。

尹腾宇分析,淡季周末档期并非不能产出高票房影片,只是从以往经验看有一定的票房“天花板”,因此一些“小而美”的文艺、节展片或本体质量过硬但主创阵容有限或宣传触达有一定难度的腰部影片,都可以尝试定档淡季档期。淡季周末档竞争压力相对较小,排片和口碑发酵空间大,凭借优质口碑在映后长线放映更有机会获得高票房,如2023年10-11月上映的《拯救嫌疑人》《河边的错误》等影片,均收获了超出预期的票房表现。

她建议,更多中小体量、对口碑质量有信心影片勇于定档淡季档期,让观众意识到淡季档期也有片可看,培养观众在淡季档期对电影的关注度,形成良好的正向循环;其次在影片营销方面,建议根据

影片调性和受众类型,进行有特点的精准营销,尝试更多新颖的宣发方式,提升观众对电影的关注度和观影热情。

富海芳也强调,淡季周末档影片营销需要更多“花样”。对比重大档期多部影片共同营销造势的场面,淡季周末档往往是单部影片“单兵作战”,在宣传造势和话题营销上存在弱势的情况。“在确保影片质量的前提下,要有独特的营销思路或营销方式。怎么让观众知道影片质量确实好,而且让来电影院观影的观众自愿做‘自来水’,这可能是关键。”他认为,随着中国电影质量的提升,中国电影营销需要有形而上、具有探索性的理论。尤其是考虑到目前电影需要在最短的时间内吸引到观众的情况,“如何在短平快的节奏中,影片在市场上迅速得到认同、卖出票房,需要在一环扣一环的节点上下大功夫。”

叶锋表示,“电影周末档”是个大品牌,各地的方式、名称、做法不一定一致,其中心就是争取周末的观影人次高于平时。这需要片方、宣发、影院共同努力,需要长时间运作才有可能成为影响到社会的电影品牌,其核心要点在于:首先,电影节目档期合理,周四、五上比周一、二上更

具备吸引力。在影片投放方面,可以考虑一批有特色的电影,专为周末档使用。要设立各种电影特色品牌,比如“儿童电影展映”“戏曲电影放映”“青年电影联展”。应大力推进条件好的区域进行“单一国别电影展映”活动,扩大电影的影响力。

同时,宣传需要到位到点,属地的宣传作用更为重要。这一点,徐州的做法非常好,当地媒体对于电影的宣传很给力,而且都是政府主要官媒在宣传,效果很显著。叶锋建议,组建全国电影行业宣传矩阵,发挥各级党委宣传部“管党电影”优势,联合各地(市、县、区)的主流媒体,共同为“电影周末档”摇旗呐喊。

饶曙光强调,周末档想要获得市场效益、市场成功,需要全社会的关注和努力,需要为周末档营造更良好的社会心理环境和社会舆论环境。“让电影市场热起来,需要更多的电影活动。本质上,电影是注意力经济,需要各式各样的电影活动被观众所注意到,进而愿意走进电影院。大家在周末走进电影院是不可或缺的,要实现中国电影市场可持续、高质量健康发展,举办各种各样的电影活动也是不可或缺的。”