

科幻动画类型打头 经典重映蔚然成风

——2024年进口影片观察

■文/本报记者 姬政鹏

据初步统计,2024年中国电影市场共上映进口新片93部(不含复映影片),比2023年多10部,共产出票房92.2亿元,约占年度票房的21.7%,高于2023年同期的89.1亿元和16.2%。进口新片数量、票房产出、年票房占比三项数据均创下近五年来新高,但距2019年仍有明显差距。

全年共有54部进口新片票房过千万,高于2023年的48部,其中24部票房破亿,略低于2023年的25部。美国分账片《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》(9.57亿元)和日本买断片《你想活出怎样的人生》(7.91亿元)是今年进口影片的票房前两名,也分列中国电影市场年度单片票房榜的第九和第十位。

纵观全年,进口影片在丰富影片类型和改善市场结构方面扮演了关键角色,不仅提升了中国观众的观影体验,丰富了热门档期和平日周末的影片供给,还促进了中国电影市场的结构优化和高质量发展。

年内,不仅好莱坞影片和日漫电影,来自印度、泰国、中国台湾等地的进口片亦开始崭露头角。来自世界各地的多元影片为市场注入了更多新鲜元素和活力,也彰显着中国电影市场在对外开放和文化交流方面的积极态势。

◎ 提振档期市场 提供多元选择 进口片与国产片形成类型互补

2024年,进口影片已经覆盖了除春节档之外的各个档期。在元旦档,《泰勒·斯威夫特:时代巡回演唱会》《海王2:失落的帝国》《名侦探柯南:黑铁的鱼影》《蜡笔小新:新次元!超能力大决战》《旺卡》等进口影片联手贡献了档期7.3%的票房。清明节档票房前三名的影片均为进口影片,《你想活出怎样的人生》《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》《功夫熊猫4》《冰雪女王5:融冰之战》《沙丘2》《周处除三害》《坠落的审判》等片的档期票房占比高达82.3%。

此后,五一档进口片票房占比22.9%,暑期档进口影片占比24.1%。端午档进口影片票房占比30.2%,中秋档进口影片票房占比13.9%,国庆档进口影片票房占比3.9%。在国产影片尚未完全满足市场需求时,进口影片在各大热门档期发挥了重要的补充作用。

2024年进口影片票房排行前十的影片累计创造了58.1亿元票房,占进口新片总票房的63.8%,这一数字略高于上年同期的56.1亿元和63%。其中,除日本电影《你想活出怎样的人生》和来自中国台湾地区的

电影《周处除三害》外,其余八部均为美国电影。

2024年进口片榜首《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》的票房略低于上年的冠军《速度与激情10》(9.84亿元),而位列第十的《头脑特工队2》(3.44亿元)的票房成绩则超过了去年同期同位置的《蚁人与黄蜂女:量子狂潮》(2.72亿元)。

在类型上,除了同属华语片的《周处除三害》是悬疑犯罪类型外,《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》《异形:夺命舰》《毒液:最后一舞》《死侍与金刚狼》《沙丘2》五部影片均为科幻题材,《你想活出怎样的人生》《神偷奶爸4》《功夫熊猫4》《头脑特工队2》四部则是动画片。

十部进口影片的类型分布较为集中,也体现了中国观众在挑选进口影片时的明显偏好。尽管超级英雄类、系列电影、史诗大作的故事略显陈旧,但其凭借在场景构建和人物塑造方面的优势以及标志性的科幻制作,依然通过其强大的视觉冲击力和品牌效应,在国内维持着可观的影响力。而好莱坞和日本的IP动画,依托于强大的

2024年中国电影市场票房前十进口影片信息

排序	片名	票房	类型	产出国家和地区
1	哥斯拉大战金刚2:帝国崛起	9.57亿元	科幻	美国
2	你想活出怎样的人生	7.91亿元	动画	日本
3	异形:夺命舰	7.86亿元	科幻	美国
4	毒液:最后一舞	6.84亿元	科幻	美国
5	周处除三害	6.66亿元	悬疑	中国台湾
6	死侍与金刚狼	4.31亿元	科幻	美国
7	神偷奶爸4	4.24亿元	动画	美国
8	功夫熊猫4	3.74亿元	动画	美国
9	沙丘2	3.53亿元	科幻	美国/加拿大
10	头脑特工队2	3.44亿元	动画	美国

动漫产业和数十年的经典故事元素,不仅满足了儿童观众对奇幻世界的渴望,也逐渐获得了成年观众对于纯粹故事和情感共鸣的需求。

此外,不管是好莱坞的科幻、惊悚和冒险题材,还是IP动画与日本动漫,都是具有鲜明特色的影片,与近两年国内创作者热

衷的现实题材影片以及脱胎于中华优秀传统文化的神话传说类影片有着完全不同的叙事手法和表现形式。这些影片和国产影片在国内市场上形成类型互补,丰富了观众的观影选择。

但值得注意的是,全年并未出现票房超过10亿元的进口片,《狮子王:魔法沙传奇》《疯狂的麦克斯:狂暴女神》《小丑2:双重妄想》《角斗士2》《绝地战警:生死与共》等系列作品票房均未破亿。此外,年内票房甚至不足1000万元的进口影片有39部,占全年进口影片总数的41.9%。

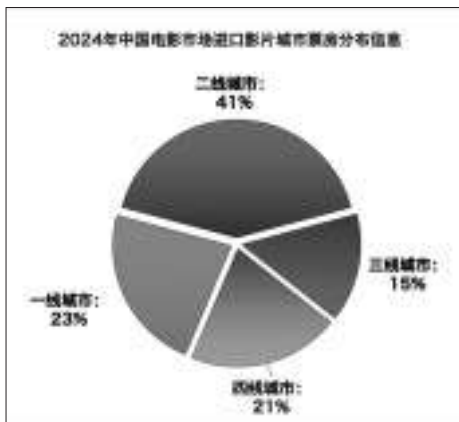
另据猫眼大数据统计,2024年,进口影片在一、二线城市的票房占比分别为22.7%和41.5%,相比市场规模而言明显较高,说明广大的下沉市场还有待进一步开发。而在观众分布上,“90后”群体依然是进口影片的“观影主力”,相较于国产片受众更加年轻,也体现出年轻一代购票观影热情不高。

这些数据的背后是中国观众及市场的

变化趋势。作为观影主力的“00后”一代,已经在游戏、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等娱乐方式中体验过同等甚至更为强烈的视觉冲击,好莱坞电影赖以生存的视觉奇观已不再具有往昔的吸引力,审美素养日益提高的中国观众更倾向于在观影过程中寻找个人情感价值和消费意义。

同时,进口影片还有在国内市场遭遇的文化折扣和市场落地等难题亟待解决。例如,奇幻歌舞片《魔法坏女巫》在北美市场取得了近4亿美元的票房佳绩,然而在中国市场票房不足1500万元,二者的票房差距也直观体现出了两国观众文化背景与接受程度的差异。

总体看来,2024年的中国电影市场上,进口影片在激发档期市场活力、丰富观众选择等方面仍然扮演着重要角色,而中国观众对高质量影片需求的增长也在促使国外片方、外片引进方和国内推广方在前期创作、落地宣发等环节拿出新内容、新创意,吸引新观众。



◎ 补充周末供给 试水分线发行 进口影片深度参与中国市场优化提升

在当前中国电影市场的深化改革进程中,众多进口影片发挥着重要作用。2024年,无论是周末档的构建还是分线发行的探索,均有进口影片的积极参与。

当下,国产电影的供给结构呈现出一定程度的不平衡性,大量行业资源和票房收益集中在少数大制作影片中,而片方为了确保投资回报,更倾向于将好片、大片投放在票房产出效率较高的黄金档期。同时,受整体经济环境的影响,观众的观影频率有所下降,也更倾向于在黄金档期观赏大片。然而,在非黄金档期,如一年中大约三十周的普通周末档期,由于新片和大制作影片的上映频率较低,关注度逐渐减弱,周末市场亟须扩充中等规模和中等成本影片的供给。

2024年,进口影片在与国产头部大片竞争的同时,也丰富着中等规模影片的种类,其差异化的题材和多元化的类型在补

充周末供给、填补市场空白方面体现出重要价值。

每年春节档影片热度散去的三四月份,通常被视为电影市场的传统淡季。在2024年3月,《周处除三害》《沙丘2》《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》《功夫熊猫4》等进口影片接替春节档影片,继续吸引观众走进影院,这些影片在当月共创造了15.47亿元的票房收入,占当月总票房的55.5%。进入4月,又有《你想活出怎样的人生》《白日之下》《间谍过家家 代号:白》等进口新片上映,继续推动票房增长,进口影片当月产出票房16.37亿元,占到了月度总票房的73.1%。

在“后暑期档”的9月,“后国庆档”的10月和11月,都有不少进口影片定档上映。总体而言,在国产新片相对较少的时段,进口影片有效填补了市场空缺,为国产电影提供了宝贵的调整期。

不仅如此,在中国电影市场上进行的分线发行探索中,进口影片也扮演着重要角色。2024年国庆档期过后,观众观影热情回落,此时上映的国内新片数量有限,市场亟待填充。10月11日起,“哈利·波特”全系列八部影片以每周一部的方式先后在全国重映,覆盖多种版本。此次重映采取了分线发行方式,在策略上,《哈利·波特》系列的片方和发行方在综合考虑了CINITY、IMAX、杜比影院等高格式影院的分布情况以及各影院近期进口影片的票房成绩后,制定出了一份名单,名单中的影院在承诺完成相应的排片场次后即可排映。

该系列首部电影《哈利·波特与魔法石》的重映活动覆盖全国295个城市的3842家影院,占据了国内影院总数的大约四分之一。重映首日,《哈利·波特与魔法石》收获票房1078.93万元,以6.1%的单日

排片贡献了22.4%的票房。排映影院的高参与度和观众的观影热情让行业对分线发行这一方式有了更多信心。

据灯塔专业版统计,截至2024年12月25日,“哈利·波特”系列八部影片此次重映累计票房达6.11亿元。其中一线城市贡献了近30%的票房,这一比例显著高于市场平均值的16.3%。

继“哈利·波特”系列之后,《这个杀手不太冷》《完美的日子》以及《波提切利,佛罗伦萨和美第奇家族》等影片亦采取了类似的策略,在中国市场延续着分线发行的探索。

值得一提的是,《暮然回首》《皇后乐队蒙特利尔现场演唱会》以及《爆裂鼓手》等影片选择通过全国艺术电影放映联盟与深度影迷见面,同样获得了积极的市场反响。

10月26日,《暮然回首》在全国艺联

加盟影院专线上映。上映首日以6.7%的排片率贡献了9.1%的票房,其14.9%的上座率位居在映影片之首。在为期七天的专线放映期间,该片累计票房达3670万元,通过专线上映观影的深度影迷带来了良好的舆论传播和口碑发酵。随后,影片将放映范围扩大至全国院线,希望以长线放映的方式吸引更多路人观众进场。

截至2024年12月31日,该片累计票房已达5300余万元,排在2024年日本进口影片的第八位。“专线带热口碑,扩映吸引路人”的成功经验也为之后进口影片的发行提供了参考。

综合看来,进口影片不仅能在热门档期中推高大盘,在补充周末供给、维持市场良性运作以及助力中国电影市场的优化提升等方面,也发挥着不可替代的作用。

(下转第5版)