

经济新闻 | 关注

伴随着今夏气温的走高,各大城市的观影热情都被调动起来了。记者昨日通过猫眼票房看到,上映14天的《捉妖记》、13天的《煎饼侠》以及20天《大圣归来》,这三部影片全国票房加起来已超过30亿元。在中国票房数据中心实时更新的票房数据中显示,《捉妖记》已经以15.05亿的票房,超越《复仇者联盟2奥创纪元》冲进内地总票房排名前三,位列第三名。在郑州的各大影院中,上述三部影片不管是在排片率还是上座率上都是居高不下。为啥国产片突然这么火? 郑州晚报记者 肖雅文



三部国产影片上演大逆袭 狂卷30亿 一只猴子、一个小妖、一位大侠 凭啥赚了那么多钱

商业元素丰富、互联网营销赚足眼球等是法宝

影片自身 || 《煎饼侠》接地气,《捉妖记》商业元素丰富

近几日,国产电影票房飙升已经成为热门话题,然而在众多观点中“国产电影保护月”被排在了拉升国产电影票房因素的前几位。那么这一观点是否成立呢?

奥斯卡院线相关负责人王超告诉郑州晚报记者,在内地电影市场中,其实并没有绝对意义上的“国产电影保护月”,电影的档期一般都是由电影的发行方、院线等方面综合决定的,并没有具体的政策来约束。

据王超介绍,就目前郑州地区奥

斯卡院线的表现情况来看,《捉妖记》《煎饼侠》仍是最受消费者欢迎的影片。“《捉妖记》是一部很成熟的娱乐电影,明星、动作、特效、奇幻等各种商业元素一应俱全。”“《煎饼侠》不管是在笑点还是在表现形式上都是偏北方的,更适合咱们北方人的口味。”观众陈先生告诉记者,《捉妖记》相较于《煎饼侠》则有着制式方面的优势,前者是以IMAX3D及3D为主,其平均票价比以2D为主的后者高出10%,这也是《捉妖记》票房增长速度较快的因素之一。

总体环境 || 国内电影市场硬件提升,题材多元化

那么在具体保护政策下,国产电影票房的强势表现到底归结于哪些方面呢?

据西元影城负责人王先生介绍,近几年,全国电影市场的发展十分迅猛,新建影城数量叠加式增长,影院的数字化改造以及3D设备的投放,使得国产影片不管是在体量,还是在技术上都有很大的提升;在进口大片的各种夹击下,国产影片的质量也在不断提升。

社会各界对国产电影全产业链的参与度也在提升,从导演方面来

看,国产电影市场已经不再是第五代、第六代电影导演这些特定的、单一群体的天下,电影明星,作家、编剧、主持人等,在各个领域较有影响力的人,都开始转向大银幕担纲执导,在吸引影迷的同时,也号召了一批原有的固定粉丝。

“各方参与度的提高,也让国产电影的题材更加多元化,在电影投资方面,更多的民营企业和社会资本的介入,让影片有了更大的发展空间,不管是宣传还是表现手法上都更加的多元。”王超告诉记者。

消费群体 || 观众需求逐渐上升

当然,国内电影市场的快速发展,主要还得益于观众素质的逐渐提升。目前,电影市场的主流消费群体多为80后90后等,这部分人群是在相对丰富的文化背景下长大的,高等文化教育普及的受益者,对精神文化方面的需求相对较高,而电影作为艺术文化的一种表达形式也成为了80、90后乐于体验的事物之一。

不仅是主流观众的关注度逐渐加深,国民素质的整体提升也使得大家对电影市场的需求度快速加大。“比如暑期档的电影许多都是动画题材的,而贺岁档则有更多合家欢类的电影上映。”奥斯卡新建文影城负责人告诉记者,“国产电影类型的逐渐丰富,使更多的观众可以找到他们喜欢的电影类型。”

网络购票 || 观众体验提升 票价下降

如果说网络营销吸引了一大批潜在观众的注意力的话,那么网络售票就是互联网时代,电影票房最有力的推手之一。也许大家还记得2010年,团购网站之间的“战争”将团购餐饮和团购电影票纷纷推向了消费者,一时间团购电影票成为年轻人的主要购票渠道。价格降下来了,受众面自然就更广。

“互联网购票于当下主流观众的消费习惯十分契合。”王超告诉记者,“对于热衷于网购的80、90后们,在网上支付更符合他们的习惯。”然而说到互联网售票,王超认为从去年开始,以猫眼电影为主的在线选座购票APP,给观众

带来了新的购票体验,线上APP购票选座,让观众省去了现场排队时间,降低了在适合自己场次中买不到票的风险,另外线下自助取票机让观众可以自助打印电影票,不仅节省了电影院线的人力成本,也提高了购票效率。

也许大家都有过类似的经历,一场火爆的电影,你并不知道现在哪个场次还有位置,在嘈杂拥挤的队伍好不容易到达售票口后,被告知有座位的场次已经是两三个小时了。而互联网环境下的售票选座在避免这一系列情况发生的同时,也提高了观众的体验度。

营销手段 || 互联网宣传推广,吊足大家胃口

“我是在看《屌丝男士》的时候知道《煎饼侠》这部电影的。”在二七万达影城里,正在候场的刘女士告诉记者,当然,最近一段时间《捉妖记》里的卡通主角“萌妖”胡巴也成了大家朋友圈中的热聊话题之一。

在记者的采访中许多观众也表示“是在微博、微信里看到大家在讨论

《捉妖记》这部电影,才想来看看的”。互联网营销已经成为国产电影的主要营销手段之一,例如众多明星在微博等公共社交平台为影片《捉妖记》呐喊助威,豆瓣电影里影迷们对《大圣归来》的热烈讨论,又或是网剧《屌丝男士》为《煎饼侠》不遗余力地宣传和推广,都吊足了大家的胃口。

票房预期 || 后期票房仍会保持上升态势

“观众们的观念在不断更新,更多的观众愿意走进影院来观看电影。”王超告诉记者,以前大家的观影原则就是进口大片才进影院,其他的在电脑上看就好了,这一观念也制约着国产影片的发展,当然也倒逼国产电影人不断地探索,不断在进口优质大片的强压下进步,走出一条属于自己的路子。这样的进步同时也得到了观众的认可,“近两年的许多国产影片都是很不错的,像之前的《让子弹飞》,还有徐峥指导的《人

在囧途》系列,我都有进影院去看,而且有的还看了不止一遍。”市民张先生说。

国产类型电影的质量在逐步提升,满足了不同人群的观影需求,王超介绍说。不管是院线方面,还是观众,对国产影片的支持度都在逐步的提升。所以说对于下半年多部备受关注的进口大片即将上线,王超认为,由于整个电影市场的体量有限,所以进口影片抢占市场份额的情况一定会发生,但是这并不影响整个国产电影产业向好的态势。