

第三季度电影市场综述

黑马引爆市场 动画电影崛起

2019年第三季度,累计综合票房166.85亿元,同比出现1.3%的小幅下跌。具体到各月来看,7月、8月、9月票房分别为57.11亿元、77.84亿元、31.9亿元,除7月同比下降18%外,8月和9月同比分别增长了13.9%和2.8%。整体来看,第三季度票房依然呈现出稳中向好的发展态势。

《哪吒之魔童降世》成为黑马

《哪吒之魔童降世》(以下简称《哪吒》)的横空出世,推高了第三季度整体票房表现,从票房数据来看,《哪吒》的高票房使2019年8月票房打破了2017年创下的最高纪录。在第三季度获得49.45亿元票房的《哪吒》,之所以能够成为黑马,与它讲故事的方式分不开。将中国神话中广为流传的哪吒故事进行改编和再创作,充分体现出时代精神。从“我命由我不由天”这句引起无数观众共鸣的台词中,能够感受到电影创作与当下年轻人精神状态的契合。与之前许多版本的哪吒相比,新版《哪吒》中的哪吒摆脱了扁平化的形象,充分展现了丰满的感情状态、争强好胜的性格特点,这些都为故事的讲述带来了更多新的可能。

在电影取得高票房的背后,是中国动画电影的崛起。《哪吒》延续了《大圣归来》的口碑,同时也为动画电影市场注入了一针强心剂。国产动画的受众,开始从儿童扩大到年轻观众,这也为国产动画的发展指明了方向。在传统经典故事的再讲述中寻求突破,目前看来是动画电影能够走通的“捷径”,也是将经典进行再传播的重要途径。但也有业内人士表示,传统故事虽然有取之不尽的素材,但很容易使动画电影市场陷入到千篇一律的扎堆拍摄中去。要实现动画电影的可持续发展,除了要在价值观上与时代趋势贴近,也需要在故事和人物塑造上下更多功夫。

《哪吒》的大获成功,也为制片方和发行方带来了丰厚的回报。扣除占总票房比重3%和5%的国家电影事业发展专项资金和特别营业税,以及占比60%左右的院线分账,再扣除影片成本,就是制片方与发行方的现金回报,从成为影史票房第二位的突出表现来看,《哪吒》带来的回报,是十分可观的。



两部影片引起很大关注

整个第三季度,《哪吒》以一枝独秀的方式成为了电影市场的亮点,相比之下,其他影片无论是在票房还是在口碑上,都无法与《哪吒》一较高下。但偌大的市场,观众明显并不能满足于仅有一部爆款影片。《银河补习班》和《小小的愿望》都是被观众寄予厚望的影片,前者有邓超担纲,后者有温情故事铺底。但随着两部影片的放映,口碑和票房都不尽如人意。

在对《银河补习班》的口碑反馈中,给出差评最多的理由是“为了感动而感动,为了教育而教育”,即使有邓超加持,影片也没有在市场上讨到口碑的好处。虽然演员演技并未受到更多质疑,但电影整体故事,却出现了不少低分评价,从而给影片贴上了说教、不接地气这些标签。但在票房表现上,《银河补习班》却有不错的收获,近9亿元的票房也为出品方和发行方带来了不错的回报。

另一部引起很大关注的影片《小小的愿望》,则因为电影之外的争议,受到了一定程度的影响。作为一部翻拍电影,观众的关注点总是在与前作的比较之中,无论是演员还是故事的讲述方式,都有一个坐标系,如果没有实质性的突破,很容易产生落入前人窠臼这样的评价,同时演员的演技也会被放在放大镜之下评价。《小小的愿望》在故事和演员演技方面都缺乏能够支撑起影片的亮点,口碑的一路走低也就不令人意外了。不到3亿元的票房,也与电影的口碑两相对应。



华谊唐德跌惨 万达增长放缓

有人欢喜有人愁,这是中国影视行业多年以来不变的规律,有公司盈利,也必然有公司亏损。今年前三季度亏损最严重的无疑是一直处于风口浪尖的华谊兄弟了,按道理应该是和光线以及北京文化齐名比肩的一线上市公司,但是华谊却基本跌到了谷底。

公告显示,2019年前三季度,华谊兄弟仅有《云南虫谷》

《把哥哥退货可以吗》《灰猴》等影片上映。

在《八佰》撤档以及整体项目“出货紧缺”的情况下,华谊兄弟前三季度预计亏损6.46亿元至6.5亿元,而2018年同期的盈利则是3.29亿元。

值得注意的是第三季度,华谊兄弟单季预计亏损2.67亿元至2.72亿元,而上年同期则是盈利5109.6万元,业绩下滑幅度惊人。

香港电影特点不断弱化

近年来,香港电影在内地市场逐渐式微,前些年的合拍片更像是一个过渡,过渡到如今香港电影的特点不断弱化,同时在电影市场上的表现也不再像以往那样突出。今年第三季度,《扫毒2天地对决》和《使徒行者2 谍影行动》都没有能够再现港片的辉煌,略显老套的故事让观众对香港电影的期待一降再降。虽然在票房上《扫毒2天地对决》近13亿元,且超过了去年同期上映的口碑佳作《无双》,但很大程度上得益于刘德华与古天乐两位明星的号召力。随着内地观众观影水平的不断提升,香港电影越来越类型化的模式,也成为它在内地市场发展的束缚。

好莱坞方面,今年第三季度在国内上映的电影中,《速度与激

情:特别行动》拿到了超过14亿元的票房,但影片口碑中规中矩,缺少引爆关注度的亮点。令很多人无比期待的《狮子王》,也仅获得了8亿元左右的票房。好莱坞电影的号召力,正随着中国电影市场由大到强的趋势而不断降低,虽然好莱坞依然是品质保障,但中国电影市场是否买账,最终还是要靠作品说话。

纵观2019年第三季度的中国电影市场,既有《哪吒之魔童降世》给观众带来惊喜、给行业注入活力,又有一众影片票房硬撑、口碑扑街。整体来看,中国电影依然处在螺旋式上升的趋势之中,因为整体方向是对的,所以中间有曲折回环也都能够让人接受,观众对中国电影的评价越苛刻,未来中国电影的地位也就会越突出。

(综合)

