

只有黄金档才可能产生好票房？



图片来源于网络

没有传统意义“头部”大片,没有“档期”概念下的连续假期——营销人士眼里的“普通一天”或能再次印证中国电影市场的产业发展机遇——观众对电影的核心诉求始终来自电影本体。

灯塔专业版数据显示,截至记者发稿,近十部影片撑起清明单日近两亿元票房。这一成绩固然比不上2021年清明当天3.2亿元的史上峰值,数据背后的奥义却值得关注。

单日票房榜单上,上映近半月的《铃芽之旅》以5300万元领跑,上映一周的《忠犬八公》和首映的《超级马力欧兄弟大电影》分别收获超3000万元,《保你平安》《名侦探柯南:贝克街的亡灵》《泰坦尼克号》《龙与地下城:侠盗荣耀》等票房过千万元,《宇宙探索编辑部》《了不起的夜晚》《望道》等片也有自己的目标观众群。

近日走进影院的观众会感觉到选择丰富——这些影片里,《望道》是主打理想信念的新主流电影,《保你平安》切入网络现实的血管,《宇宙探索编辑部》是脑洞和现实观照齐飞的国产中小成本影片;日本动画界“大IP”新海诚带着“灾难三部曲”终章《铃芽之旅》前来,“柯南”更以20多年前的剧场版登陆市场;而被世界各国翻拍过的经典宠物电影《忠犬八公》此次有了中国版,老牌任天堂游戏的拥趸能在《超级马力欧兄弟大电影》里和同好“对上暗号”;而英美合作的系列爆米花影片《龙与地下城》有了新番,席卷了无数旧情怀的《泰坦尼克号》老片重映……传记、喜剧、软科幻、悬疑、动画、宠物、动作、奇幻等,可谓类型各异、分众明显。

然而,在一些出品方和营销方看来,今年清明不调休,被压缩到一天的档期如同鸡肋,不如“捂盘惜售”,等待票房释放空间更充裕的档期尤其是传统黄

金档五一档。

观众与出品方、营销方两边的体感“温差”里,其实藏着个“老调重弹”的话题:只有黄金档才可能产生高票房吗?各片方的“档期依赖症”能不能破?

灯塔研究院院长牧晨此前就提出,观众对电影的核心诉求主要来自于影片内容本身,而非档期。中国电影评论学会会长饶曙光也不止一次表示,要客观辩证地看待档期,他有个很形象的比喻“电影不该只是过年的大餐,还应是日常的一蔬一饭”。中国电影市场的理想模型不应是春节档和国庆档短短两周时间就占据全年票房近四分之一的份额,而是一年52个星期周周有不同体量影片可看,不同年龄性别喜好的观众人人有片可选的百花齐放的样貌。

对创作端来说,刚过去的清明档印证了可以摆脱“档期倚赖”的范例:比如,向网络谣言和网络暴力宣战的现实主义电影《保你平安》;能与特定观众建立强烈情感链接、感动了太多宠物友好人士的《忠犬八公》等。这些影片能以不大的成本在相对淡季的三四月火出圈并有望实现长尾效应,它们的成功要素,无非“好故事+好表演”的恒定模型。一个能观照到大众生活状态、能触达人心的好本子,一群视表演为事业、愿全身心投入塑造角色的好演员,是任一好电影的底子和里子。

而对市场来说,这次“无档期”的清明档更是印证了一个颠扑不破的道理:丰富题材的好电影始终是观众刚需。牧晨这样说:“今天在讨论电影的档期趋势和宣发策略时,我们认为,抓住档期格局变化的机遇,找到电影本体与观众之间的情感连接,才是尤为重要。”

据文汇报

节目质量上升 怀旧风潮盛行

艺恩数据日前发布《2022综艺市场报告》。数据和调研结果显示:在刚刚过去的2022年,综艺怀旧风潮盛行,音乐成为最重要的情怀载体;综艺节目整体质量上升,综N代节目更受观众喜爱。

该报告指出,头部综艺方面,与怀旧风潮相关的综艺占据主流,音乐成为最重要的情怀主题。综艺《声生不息·港乐季》让观众重新认识港乐;慢综艺《时光音乐会》让观众重温田震、孙悦、许茹芸的时代金曲,聆听岁月的声音。同时,团综《乘风破浪》《披荆斩棘》《快乐再出发》等节目让王心凌、任贤齐等一众艺人凭借老歌翻红。

除音乐综艺表现抢眼外,情感类综艺也成为题材垂直深耕的典范。聚焦离婚群体再恋爱的《春日迟迟再出发》、记录熟龄单身人士恋爱的《半熟恋人》以及体育生恋爱的《闪耀吧体育生》等不同题材的节目焕发出蓬勃的生命力。

纵观2022年度综艺节目,无论是口碑与人气兼具的《声生不息》《快乐再出发》,还是情感类节目的尝试探索,内容形式的创新和节目题材垂直深耕是节目获得收视和口碑的关键。

据今晚报

艺术电影怎样叫好又叫座

艺术电影怎样才能叫好又叫座?第五届“巫山神女杯”艺术电影周日前在重庆巫山举办。在电影周期间举办的专题座谈会上,业内人士就如何促进艺术电影高质量发展进行了探讨。

抓住“立剧之本”

“实现艺术电影的高质量发展,要尊重电影艺术的发展规律,从剧本这一‘立剧之本’抓起。”演员张光北结合自己在演艺一线的体会,认为做到艺术、技术、市场三者有机结合,才能创造出优秀的艺术电影作品。

“当下的影视创作要体现创作者对社会历史的深刻理解和自己的艺术追求,避免庸俗噱头和山寨恶搞。”导演李三林认为,艺术电影要体现创作者的理念、思考和对社会的关怀,既有剧情人物的潜移默化、润物无声,又有人文精神的厚重感。

“作为艺术电影的主旋律电影已经是中国电

影重要的组成部分,也是中国文化遗产的重要组成部分。”导演宁敬武说,主旋律电影更要注重艺术性,实现主旋律题材电影观念的现代化和电影艺术的现代化。

从小众走向大众

北方联合影视集团董事长韩涛说,一些中小成本的艺术电影,在院线票房上不能跟大投资、大制作、大营销的“大片”相比,但走进高校时却反响很好,这说明电影市场并不完全等同于“院线市场”“院线票房”,因此可以考虑将社会价值和效益纳入评价维度,加快完善科学的电影评价体系。

北京电影学院原党委书记侯光明认为,文艺片作为我国电影多样化发展的重要成果,既通过情感的表达和人物塑造体现出较高艺术价值,又因具有较强的市场吸引力而提升了商业价值。因此艺术电影的主流发展趋势,应该是逐步向文

艺片方向发展,从小众走向大众,满足群众日益增长的文化需求,更好地彰显电影的艺术价值。

中宣部电影卫星频道节目制作中心主任曹寅认为,艺术电影既要避免以“艺术”之名沉溺于“自我表达”,也要避免以“艺术”之名忽视电影的观赏性。要充分发挥自身优势,通过高质量的艺术表达培育和吸引观众,形成自己独特的竞争力。

努力讲好中国故事

中国电影基金会理事长、原国家新闻出版广电总局副局长张丕民认为,艺术电影是颇受国际市场欢迎的中国电影类别,是中国电影“走出去”的重要形式,应该趁势而上加强面向国际市场的推广力度,努力在推动中国电影、中国文化“走出去”,讲好中国故事方面更加大有作为。

中国电影制片人协会理事长明振江说,包括艺术电影在内的整个中国电影高质量发展,必须坚持人民立场,坚持守正创新,坚持弘扬主旋律,用积极健康、昂扬向上的思想内容和多姿多彩、丰富生动的艺术形式讲好中国故事。

据光明日报