

高质量发展新征程！

暑期档六部影片满意度超84分

中国电影观众满意度调查2023年暑期档调查结果显示,暑期档电影观众满意度得分84.5分,较“五一”档增长1.2分。档期丰富多元的影片内容得到了观众的高满意度评价,调查的13部影片悉数进入“满意”区间(≥80分),有6部影片满意度超84分,数量及占比居历年同期之最。其中《孤注一掷》《长安三万里》分别以86.4分、85.1分为档期满意度单片冠亚军,《八角笼中》《茶啊二中》《热烈》和《封神第一部》四部影片满意度均超84分。2023年暑期档高满意度佳作迭出,市场惊喜不断,观影氛围持续火热。

影片供给丰富、创作上佳,为观众打造暑期档视听盛宴和精神大餐

2023年7-8月新上映影片共80部,为近四年来同期最高值,满意度调查的13部影片涵盖剧情、动画、奇幻、悬疑、爱情、喜剧、动作等多元类型,给观众带来多样化的观影选择。调研数据显示,不同观众对于档期观影选择空间均给予了好评,普通观众、专业观众认为档期观影选择“非常好,很丰富”和“比较好,选择比较多”的占比合计分别达89.2%、83.4%,均为近五年同期最高。

丰富多元的内容供给奠定暑期档热度基础,而影片的高质量创作水准则成为全面拉升观影氛围的关键所在。2023年暑期档的观赏性、思想性和传播度指数分别为84.7分、84.6分和83.8分,分别较“五一”档高出0.9分、1.1分和2.0分,其中档期传播度为2018年以来的同期最高水平。

从影片的三大指数来看,《孤注一掷》观赏性、思想性居档期第一,《长安三万里》传播度居档期第一,《八角笼中》三大指数均居档期前三。另外,《热烈》和《封神第一部》观赏性创作表现较为亮眼,《学爸》和《扫毒3:人在天涯》思想性塑造突出;传播度方面,两部动画影片《长安三万里》《茶啊二中》表现优异,居近三年同期调查35部影片的第二、第三位。这些影片以优质创作为观众打造暑期视听盛宴和精神大餐,观众形成“自来水”积极为影片加油“打call”,二者双向奔赴,造就持续火热的档期氛围。

近五成影片满意度超84分,《孤注一掷》《长安三万里》《八角笼中》为前三甲

2023年暑期档高满意度电影作品迭出,调查的13部影片均获得观众“满意”评价(≥80分),其中有10部影片满意度超82分、6部影片满意度超84分,数量及占比均为2019年以来同期最高值。

从单片满意度排序来看,反诈题材剧情片《孤注一掷》、历史题材动画影片《长安三万里》和根据真实

事件改编的体育励志影片《八角笼中》居档期满意度排名前三甲;其中《孤注一掷》满意度居2023年调查40部影片的第三位,《长安三万里》居历史调查47部动画影片的第五位,《八角笼中》较王宝强导演的上一部作品《大闹天竺》高出4.9分。

另外,《茶啊二中》《热烈》《封神第一部》满意度均超84分,《学爸》以83.8分紧随其后,《扫毒3:人在天涯》《巨齿鲨2:深渊》《暗杀风暴》满意度均超82分,《最后的真相》《念念相忘》《超能一家人》满意度均超80分。

整体来看,2023年暑期档高满意度影片呈现以下特征:

一是多元现实题材影片强势突围,打造强共鸣。2023年暑期档现实题材影片表现亮眼,《孤注一掷》通过还原“诈骗”内幕对全社会形成高度警示意义,《八角笼中》以小人物励志故事传达积极向上的生活态度,《学爸》以喜剧形式治愈当代社会和家庭的教育焦虑。这些影片均出自年轻导演之手,他们关照社会现实,回应时代之需,以优质作品与大众形成高度共鸣,引发市场热议,并获得高满意度评价。

二是动画影片创作惊喜不断,发掘新视角。《长安三万里》将历史与古诗文化巧妙融合引发不同年龄观众的文化认同和共鸣,《茶啊二中》以贴近当下青少年的叙事方式回忆啼笑皆非的青春过往,这两部影片从不同时空维度拓展了国产动画电影创作的类型空间,给暑期档市场带来不少惊喜。

三是街舞题材电影填补空白,聚焦新潮流。在杭州亚运会背景之下,《热烈》聚焦Z世代新潮流,把备受年轻人喜爱的街舞题材故事搬上大银幕,以轻盈又热血的基调展现当代年轻人积极向上的追梦力量,影片满意度与2017年大鹏导演的摇滚题材电影《缝纫机乐队》(满意度84.3分)基本相当。

四是神话史诗电影工业化进阶,探索新高度。《封神第一部》是用先进工业技术与当代叙事手法对于中国传统神话故事的又一次焕新解读,通过精美绝伦的视效和场景重塑了磅礴瑰丽的封神世界,凸显中国电影工业化高水准。



图片来源:网络

普通观众最爱《孤注一掷》,专业观众更青睐《长安三万里》

2023年暑期档多元化的优质影片齐聚,创作者各展所长,以满足细分受众群体的不同观影需求。从普通观众、专业观众整体的评价排序来看,除了《学爸》均居各自评价的第7位以外,其余12部影片的评价排序均存有一定差异,但其中有8部影片的排序仅相差1位,且不同观众评价的前七位和后六位影片均保持一致。

具体来看,《孤注一掷》《长安三万里》均居不同观众满意度排名的前两位,其中普通观众对《孤注一掷》评价最高,专业观众则最青睐《长安三万里》;其中《长安三万里》是档期内唯一一部专业观众评分高于普通观众的影片,其专业观众满意度仅次于《满江红》,居2023年调查影片的第二位。

不同观众评价差异相对较大的影片为《茶啊二中》《扫毒3:人在天涯》和《最后的真相》,排序位次相差3-4位,其中《茶啊二中》《扫毒3:人在天涯》在普通观众评价排序中相对较高,《最后的真相》则是在专业观众评价排序上相对更高。

从细分维度来看,在普通观众评价体系中,《孤注一掷》有9项指标获得档期最高评分,其中精彩对白、主要演员的表演、故事喜爱度、正能量指标得分均超88分;《封神第一部》视觉效果得分居档期第一位,《茶啊二中》传播度与《孤注一掷》并列档期第一位。此外,《长安三万里》的故事喜爱度、音乐效果、新鲜感,《巨齿鲨2:深渊》的视觉效果和《扫毒3:人在天涯》的演员表演得分均居档期第二位;《热烈》的故事喜爱度、《八角笼中》的正能量得分居档期第三位。

在专业观众评价体系中,《长安三万里》有7项指标得分居档期第一位,其中传播方式为满分100分,健康积极的价值观念、视觉效果和创意新颖度得分均超86分;《孤注一掷》的类型创作、情绪情感感染力、不枯燥和思想情感的深广度得分,以及《八角笼中》主要演员的表演得分均居档期第一位。此外,《热烈》主要演员的表演、不枯燥程度,《封神第一部》的视觉和音乐效果,以及《学爸》的精彩对白得分均居档期第二位。

综合来看,2023年暑期档电影市场在内容供给上类型多元、题材多样,创作质量上获得观众高满意度评价,宣发上多样化营销方式与“自来水”相辅相成,促进市场持续升温。从6月下旬端午节开始截止8月31日,电影市场大盘连续72天单日票房破亿元,其中从7月8日开始的连续五个周末票房实现逆袭(周日票房高于周六),7-8月累计观影人次达3.98亿,均刷新历史纪录。

在这个暑期档,电影创作者以一大批高满意度佳作,再次构建起中国电影市场与观众的紧密联系,好作品终将得到观众的热情反哺,内容和受众双向奔赴,构建良性和谐、动能充沛的产业生态,引领电影市场走向艺术不断创新、市场不断拓展、科技运用能力不断提升的高质量发展新征程。

中国电影观众满意度调查由中国电影艺术研究中心联合艺恩进行,是一套独立于票房、售票及社交网站之外的电影综合评价体系。调查采用影院现场抽样调查、一线从业者和专家在线调查、大数据抓取分析等方法,以观赏性、思想性和传播度三大指数对国产电影进行综合评价,并引入新鲜度指标评价影片创新性。调查样本分为普通观众、专业观众两个群体,覆盖全国一二三四线城市。

据中国电影报