

《2024 中国电影观众变化趋势报告》发布 女性和“95 后”成观影主力

日前，中国电影家协会联合阿里影业灯塔研究院发布《2024 中国电影观众变化趋势报告》(以下简称《报告》)，该报告以调查数据为依托，从电影市场现况、观众特征、消费偏好、观影动机、习惯等多角度出发，展现并分析 2024 年中国电影市场及观众变化，并对中国电影市场未来发展趋势进行探讨与展望。《报告》显示，2024 年各档期票房活跃，女性及“95 后”观众成为电影市场观影主力，观众对喜剧、悬疑、科幻、动作四大类型电影更为偏爱，喜剧片供给数量及票房贡献突出，观众需要足够吸引眼球的故事，以及提供情绪价值、具有话题性的电影。

目前各大档期票房 243.2 亿元

春节、暑期、国庆等档期中，既有《热辣滚烫》《飞驰人生 2》为代表的喜剧片，又有《周处除三害》《九龙城寨之围城》等动作片，还有《你想活出怎样的人生》《异形：夺命舰》等超出市场预期的引进片。截至目前，2024 年各大档期票房达 243.2 亿元，占全年票房近七成。阿里影业灯塔研究院院长牧晨表示，线上观众调研显示，故事或题材、情感共鸣、视效震撼、精彩刺激、引发思考的内容以及演员演技是观众集中讨论的内容。

电影创作者有新命题

《报告》显示，截至 10 月份，2024 年购票用户中女性占比 58%，25 岁及以上观众占比

79%，中小城市观众占比 41%。女性以及“95 后”观众逐渐成为市场主力，男性以及年轻观众是电影市场颇有潜力的观影群体。

对于观众变化的趋势，中国电影股份有限公司董事长傅若清表示，观众对影片质量、观影体验的要求一直在提升，这点在年轻人身上尤为明显，“90 后”“00 后”更渴望通过看电影等文化娱乐活动丰富生活的社交性与互动性，并且很看重观影选择的自由度与灵活性。当下电影的生存环境已发生极大变化，如何契合观众新的需求，在众多媒介供给中差异化突围，是电影创作者的新命题，着力于电影的功能性、创新性、体验性，才能满足观众的需求。

踏踏实实把故事讲好

截至 10 月，2024 年电影市场观影人数 4.11 亿，人均观影频次 2.20 次，近六成观众进影院观

影 1 次。观影人数及人均观影频次均略有回落，需要吸引新观众走进影院，也要培养低频用户持续观影，这需要电影市场提供更多类型的作品。

从观众反馈看，题材与故事的吸引力、特效的冲击感、精彩刺激的画面均为观众观影的主要动机，“有共鸣”的内容虽然不构成观众进场的第一动力，却能引发映后的广泛讨论，助力电影产生长尾效应。阿里影业总裁李捷表示，市场要继续开发更多元的类型题材，以满足不同群体的观影需求，提升全年龄层观众的人场意愿。比如，科幻片在国际市场中占有相当大的比重，而该类型在中国还有很大的发展空间，市场潜力巨大。另外，要加强对编剧、导演、技术人才的培养，探索新颖的叙事结构和表达方式，增强故事的吸引力和感染力，踏踏实实把故事讲好。电影创作者应该更多关注与个体生活紧密相关的故事，关注社会现实，反映时代精神，才能够创作出真正触动人心的作品，提升电影的社会价值和深度。

对于即将到来的春节档，中国电影家协会副主席尹鸿表示：“春节档是以家庭活动为主的一个长假，观众会有强烈的观影需求，但关键是看我们供给的影片能不能够达到七成以上的满意度，能否出现 3 到 4 个爆款片目。我们希望 2025 年春节为这一年度的中国电影开一个好头，大家对全年电影市场的期望就是从春节档建立的，春节档不仅是一个票房蓄水池，更重要的是它为全年的电影市场释放了一个信号，为观众的期待奠定了一个基础。”

来源：天津日报

年代剧《小巷人家》赢得观众青睐引发共鸣

源自贴近现实的创作

电视剧《小巷人家》最近火爆网络，不仅在口碑上获得豆瓣 8.1 的高评分，还创下湖南卫视金鹰独播剧场半年来的收视新高。一部讲述上世纪七八十年代普通人生活的年代剧，为什么能引发如此多的关注和热议？贴近现实的创作，成为这部剧吸引观众特别是年轻观众的原因。

电视剧《小巷人家》展现了上世纪 70 年代末到 80 年代初的社会变迁。剧集围绕苏州棉纺厂家属区一条小巷里的庄家、林家和吴家三个家庭的故事展开，描绘了恢复高考、改革开放等重大历史事件对家庭和个人命运的影响。剧中的服装、道具和场景设计都非常用心，让观众仿佛穿越回那个时代，感受到那个时代的氛围和生活细节。这种细节的处理，增强了剧集的真实感和代入感。剧情方面，家长里短、一日三餐、邻里关系这些贴近生活的设定，吸引观众走进剧中人们的生活。该剧没有采用大时代的大视角，而是沉浸在寻常百姓的生活中。从庄家爷爷奶奶的偏心，到庄超英的“愚孝”，再到黄玲为了孩子而抗争，还有抄作文的林栋哲喜提爹妈混合双打引发的喜剧效果等，细腻的叙事和真实的生活场景，成为赢得观众好感的关键。

作为影视剧的一种类型，年代剧通过描绘特定年代的生活场景和人物故事，引发观众的情感共鸣，《小巷人家》也是如此。但与其他年代剧不同的是，这部剧播出之后，收视群体突



图片来源：网络

破了以往年代剧中老年观众的定位，吸引很多年轻人追剧。与此同时，网络上对于这部剧集的讨论话题也不断。眼见剧中林栋哲和庄筱婷一路成长，网友们称他们不仅是“青梅竹马”还是“卧龙凤雏”。剧中，为了缓解吃饭问题，黄玲和宋莹合力在小院里种蛇瓜，却吃到看见蛇瓜就想吐，林栋哲还因为蛇瓜在学校挨骂，被迫吃一个月蛇瓜……因此，“蛇瓜派废话文

学”创造的“蛇瓜”梗，也被网友们频频使用。

值得一提的是，上世纪七八十年代的小巷里家家户户生活拮据、条件比较艰苦，但剧中并没有在这方面过多渲染，而是以一种温暖的色调，展现出“苦日子也甜着过”的烟火气以及邻里关系的“温馨接地气”。如此让人感受到治愈和慰藉的《小巷人家》，自然能赢得观众喜爱。

来源：今晚报