

## 暑期档 寒战

**编者按** 去年中国电影票房440亿,今年很多人在喊要破600亿。然而,在全年最重要的档期之一暑期档,从广电总局电影局电影专项资金办公室的数据看,今年不仅跟去年的热闹没法比,甚至还在渐渐走下坡路——7月第一周的票房是11.6亿,第二周和第三周就降到了9.7亿和9.9亿。截至目前暑期档票房最高的电影《寒战2》也仅6.5亿。“中国电影市场,在这个暑期档打了个寒战”,是目前电影圈内的流传的一句自嘲。那它到底怎么了?有人说票补退潮导致真实观影人群的真相显露,也有人说是今年烂片泉涌导致国产片信誉透支,甚至还有人说,小鲜肉们的专业粉丝群扰乱了市场秩序。青年记者也对此进行了多方的采访和调查。

## 票补掩盖中国电影市场假繁荣?

影迷李先生,他在万达影院一共看了《寒战2》、《哆啦A梦》、《惊天大逆转》等5部片子,“人好像变少了”是他最大的感受。“今年的市场不是特别好,去年暑期是被票补带热的,今年已经回到了正常的状态。”著名电影人、光线总裁王长田告诉记者,而“票补说”也是目前分析暑期档遇冷的最主流说法之一。 青年记者 陈宏



截至目前暑期档票房最高的电影《寒战2》也仅6.5亿。

## 海外传真

## 奥斯卡新科影后 演漫威首部“女队长”

本报讯 见习记者 明玉君 在老对手DC率先推出以女性为主角的超级英雄电影《神奇女侠》之后,漫威也不甘落后,近日,漫威主席凯文·费奇在圣迭戈动漫展上宣布奥斯卡新科影后布丽·拉尔森确定将在《惊奇队长》中担任女主角卡罗尔·丹佛斯,正式加入漫威大家庭。这意味着漫威首部以超级女英雄为主角的电影诞生。

其实,关于布丽出演“惊奇队长”的传闻已爆出一段时间。早在6月初,就有消息人士称,凭借《房间》斩获第88届奥斯卡最佳女主角的布丽是片方第一选择。如今,凯文首次在圣迭戈动漫展上宣布了这一消息,并邀请布丽一起站上漫威展台,与其他“超级英雄们”合影。这意味着布丽将成为漫威电影宇宙的第一位女性超级英雄领袖。影迷们在表示惊喜的同时,还有影迷表现出对黑寡妇拍独立电影的期待,“说好的寡姐呢,再不拍,性感女神就老了。”

据悉,“惊奇队长”本名卡罗尔·丹佛斯,她于1968年首次出现在漫威漫画之中,最初她只是一位普通的空军情报飞行员,后来在人体实验中获得超能力而成为惊奇女士。另外,据了解,之前漫威本打算在乔斯·韦登执导的《复仇者联盟2:奥创纪元》中引出这一角色,后来作罢。但近期《美队3》导演安东尼·罗素和乔·罗素透露,“惊奇队长”将在《复仇者联盟3:无限战争》中初次登场,先与观众们混个“脸熟”。

另外,影片定于2019年3月8日上映,在“女队长”独立登场之前,漫威还有很长的时间考虑如何介绍和引出这一角色。两位女编剧此前就表示,她们创作《惊奇队长》剧本的重点是要找出“惊奇队长”的弱点。当然也有影迷对影片的上映日期表示感兴趣,“选在3月8日妇女节这天,难道只是巧合吗?”

值得一提的是,除了《惊奇队长》,漫威接下来还有多部超级英雄大片将要上映,而且影片档期已经排到了2020年。像《奇异博士》、《银河护卫队2》、《黑豹》等都将在2020年以前与影迷见面,这被称为漫威电影宇宙的第三阶段。



布丽·拉尔森将出演漫威首部“女队长”。

## 票补降低流失大量观众?

王长田在给记者分析《大鱼海棠》的票房表现时,作出了这番言论。他说,目前5亿多的票房没让自己意外,“但是没达到我的心理预期”,而最直接的原因,他说就是票补下降,“今天票补减少之后,自然观众观影的消费能力在某种意义上是提不上来,这表现了观众真正的消费能力。其实我们的消费能力还没有那么高,中国票价相对有点贵,对他们来说有点压力。”

王长田所说的票补,普通观众其实已经并不陌生。打开任何一个在线售票软件,都会弹出某某电影9.9元或者19.9元的超低价优惠信

息。阿里影业前两天在解释今年财报大亏时曾表示,大部分的钱都花在了淘票票这个在线售票平台的扩张上,而众所周知,它抢占市场份额,最主要的手段之一就是票补。不过,在市场占有率提升到20%之后,阿里影业发布的新闻通稿承认,大规模收缩了票补:“今年以来受经济大环境影响,资本开始收紧,各家在线售票平台的补贴力度较去年有所下降。”

上海一家影院的经理告诉青年记者,一张电商卖9元钱的电影票,他们跟电影院的结算价,“仍然是40多元或者50多元,根据影片和影

院不同略有区别,观众少出的三四十元钱,就是片方或者电商平台补贴”。票补的形式非常多样。除了直接推出低价票,还有在票面价上加饮品的,或者体现在其他见面会以及活动上的。

“不少影院人士告诉我,票补养刁了不少观众的胃口,票补一旦取消,这部分观众就流失了。”格瓦拉片方策略总监戴国平告诉青年记者,“但是从我个人的观点来看,票补取消的影响没有那么大,毕竟票补一般就是前三天的促销,真正指望抢到才去看电影的,其实也就那么一点儿人。”

## 减少票补因已完成使命

无论是否认为票补减少了观众群,但从片方到电商平台,大幅度降低票补,已成今年的必然,尤其到了暑期档。“对于片方来说,好片子无需票补,烂片子票补的预算,因为没有排片,也没有人买,甚至都花不掉。”戴国平说。新收购了猫眼的王长田,身兼片方和在线售票平台两种角色,他判断,今年的票补大概会下降到去年的三分之一,“因为今年的在线售票平台已经完成了提高线上化率这个历史使命”。

“去年、前年我估计整个票房总额大概在四五十亿,今年可能会下降

到15个亿甚至更少。”王长田说。而一位分析人士也告诉记者,前两年票补疯狂,是因为互联网三巨头都在杀入在线售票平台,抢占市场份额,并从电影院手中抢夺“售票权”。事实上,他们已经做到了这一点,很多影院经营多年的会员制,在票补面前被迅速冲垮,阿里影业的数据显示,“2016年在线售票率已经超过80%”,而去年这个数据才刚刚超过50%。

一位供职于三巨头之一的票务平台工作人员告诉青年记者:“票补本身不是长久之计,之前砸钱培育

市场,培养用户线上购票习惯,但这个市场越来越大,再有钱的公司,也不可能砸几百亿去做票补吧?”

让观众已经习惯了方便的网络购票,各大在线售票平台通过并购和合作,已经形成了极大巨头,中小在线售票平台已经渐渐被迫退出了这个市场,在这种情况下,减少票补当然是必然。王长田告诉记者,“现在大家应该也都能看到,票补是持续不下去的,它不是一个良性的商业模式——因为中国整个电影产业还处在比较弱小的状态,利润本来就小。”

## 回落不代表萎靡

当然,票补减少对这个暑期档遇冷,影响力到底有多大,业界还有不同的看法,但是,记者采访的所有人,都认为短暂的遇冷、回落,并不代表市场将萎靡。

阿里影业在发布的财报分析中称,曾用票补等方式培养的淘票票,市场份额上升,对于阿里影业具有战略价值。“在线售票平台成为连接影院和消费者的重要消费场景,在整个电影生态中起到越来越重要的作用”、“……有机会与更多的内容制作

公司、影片发行公司以及线下院线进行合作,在电影行业的影响力不断增强。”

同样,王长田的光线传媒几乎是不惜一切代价,控股了国内市场份额最大的在线购票平台——猫眼电影,他用23.83亿元的现金和价值23.99亿元的光线传媒股票,换来了猫眼57.4%的股权。无疑,之前很少做战略布局的王长田,也开始看到了原本是下游行业的在线售票平台,对于电影行业上游的巨大影响。

“去年的票补带热了整个市场,也让大家对整个国产片的票房都产生了更高的期待。今年暑期档的遇冷,也证明建立在原来期待值之上的票房预测都应该回头做一些调整了。”王长田告诉记者,“我估计今年应该在550亿或者550亿以内,虽然现在遇到了一些问题。暑期也没有真正结束,十一会有一些比较强的影片,贺岁档影片又比较强,所以还是有机会把增长率给拉上来。”