

## 电影“五一”档票房观察

## 纵然市场再细分，喜剧依然一枝花

青年报记者 陈宏

**本报讯** 截至5月5日20点30分，根据猫眼专业版和灯塔专业版的数据，今年电影“五一”档的总票房在15.2亿元左右，基本和2019年、2023年持平，低于2021年，未能创造新纪录但整体表现尚可。青年报记者发现一个有趣的现象是，针对男性女性观众以及青少年动漫人群，市场已经细分得相当仔细，但从长线来看，有望继续笑下去的，可能还是喜剧片类型。

前两天本报也曾报道过，这个“五一”档有规模的8部影片中，真正能参与竞争的有5部。动作片《维和防暴队》和喜剧片《末路狂花钱》在第一梯队，五天过后总票房分别是4.05亿和3.91亿；港片《九龙城寨之围城》算第二梯队，5天票房2.52亿；两部日本动画片《间谍过家家 代号：白》《哈尔的移动城堡》算第三梯队，提前一天4月30日上映，6天票房在1.98亿和1.05亿。

这些影片能有如此表现，也因为它们的市场定位抓得很准。《维和防暴队》因为有黄景瑜



《末路狂花钱》剧照。

和王一博，女性观众高达83.2%，远高于其他同类影片。而票房三甲中口碑最高的古天乐等人主演的《九龙城寨之围城》则典型是男性观众的菜，58.5%的男性购票率看似没什么特别，但市场有个大前提是，一般影片总是女性购票比例远超男性；《间谍过家家 代号：白》《哈尔的移动城

堡》虽然都是日本动画片，但前者更年轻化，30岁以下观众人群占比高达77%，后者则是宫崎骏动画的铁杆粉丝为主，重制上映的它，情怀观众占据了主流。

喜剧片《末路狂花钱》值得拿出来单独说，是因为中国市场有一个有趣的现象，无论市场怎么细分，目标人群怎么抓取，喜

剧类型永远为王。只要质量不“拉垮”，它就能有不错的票房。这部由乌日娜执导，贾冰、谭卓、小沈阳、于洋、董宝石领衔主演的电影，讲述了贾冰饰演的中年“铁公鸡”身上发生的故事，影片借“生死”大事，探讨了亲情、友情、梦想与现实等与大家息息相关的话题。整体来看，它是又一部典型的“东北喜剧”，但其实无论是IP还是演员阵容，它又都算不上“顶流”。可“五一”档市场很买账，从5月3日开始，它并不让人意外地开始逆袭此前排名首位但口碑有争议的《维和防暴队》，并逐渐拉开差距，这和去年的情形几乎完全相似——《长空之王》也是在假期中就被《人生路不熟》反超。个中原因，当然无需分析：长假中的观众，需要放松，需要通过哈哈大笑来“回血”。

另一个值得关注的现象是，今年的“五一”档虽然整体表现没能创新高，但相较于去年两部头部影片“独大”，今年大家的表现比较平均，前5部影片都表现不错。加上今年大家都减少了预售，而是根据后期口碑当日买票，这也让《九龙城寨之围城》这样好评度比较高的作品，迎来了出头之日。

这两年的电影市场，不再如前些年那般突飞猛进地发展，动辄刷新纪录，但回归理性的市场其实更需要有质量的作品，今年“五一”档的表现，再度证明了这一点。



## 上海国际咖啡文化节，亮出假日“成绩单”

## “卷”出天际 火到“爆棚”

这个“五一”假期，不出上海的城市潮人们都在哪里玩耍呢？答案是徐汇滨江西岸。1.5公里水岸线、1.7万平方米滨江空间，为期5天的嘉年华活动集结超180个咖啡市集展位，融合咖啡、花展、文旅、运动、表演、商业品牌等丰富元素，更与上海国际花展深度融合，赏花品咖，好不热闹。

青年报记者 冷梅

啡、麦当劳、肯德基等国际一线咖啡餐饮品牌的基础上，精选上海市各区超50家优选咖啡店铺，并特邀十余家长三角地区咖啡、云南精品咖啡、美食、文创品牌入驻，打造浦江沿岸最大规模的“咖啡+生活”消费新IP和“文体旅商”水岸消费新地标。其间，还有近80场传统演艺及线下活动轮番上阵，从文化、体育、旅游、商业、展览不同维度发力，演绎咖啡“破圈”新玩法。

嘉年华上可谓琳琅满目，多的是一脚蹬滑板、一手拿咖啡的年轻族群。品尝不同品类咖啡的同时，人们更能感受在西岸无限江景中极具“松弛感”的假期时光，体验自在的生活方式。

嘉年华在引入了Lavazza、COSTA、阿拉比卡咖啡、瑞幸咖

典动画《黑猫警长》IP聚集现场，带参观者找回童年快乐……多元现场活动精彩不断，呈现活力满满的文旅新体验。

## 书香遇上咖啡香

这个“五一”假期，在上海街头，2024上海国际咖啡文化节的许多分会场也可以用“卷”字一较高下。记者了解到，在黄浦核心区，“思南美好书店节·咖啡季”所在地思南公馆，五天时间，迎来总客流近17万人次。美好书店节里，集“书店、咖啡、音乐、文学、展览、讲座、艺术”于一体。公众可以“进百年洋房，开卷品书香”，可以“逛人文街区，有咖香生活”，可以“走梧桐树下，享爵士艺术”，也可以“来思南时区，赏文学魅力”。

近20家连锁及独立咖啡品

牌云集，现场既有大牌咖啡Tim Hortons，也有各类新兴潮流咖啡登场：一品斑马咖啡的“双冠王”咖啡豆带来的馥郁果香，满满松弛感的沪上品牌OFB咖啡，地道泰式风味的ChaTraMue，唤醒咖啡细胞，还有多家书店也携联名合作的咖啡来到现场，一站式品世界各国各地的咖啡香气。

记者了解到，在思南公馆，销售额居前的几家咖啡摊主，书店节期间，咖啡的销售额均已破万。借助市集和节庆活动，更多的上海咖啡爱好者因“兴趣”而聚集，新老朋友济济一堂，越来越多的人成为咖啡的“资深发烧友”。他们对咖啡产地、烘焙度、口味、咖啡装备的专业诉求越来越挑剔，甚至不惜重金提升装备，消费潜力巨大。

▲上海国际咖啡文化节在“五一”假期交出了一份亮眼的“成绩单”。

本版均为受访者供图

## 结婚启事



郑玄先生与任子慧小姐于公历2024年5月6日正式结为夫妻。

当我跨过沉沦的一切，向着永恒前进的时候，你是我的航标。往后余生，请品尝、欣赏接下来的对手戏。

联系我们 qnbyw@163.com