

# 影院迎来暑期观影潮 《人生大事》成最大赢家

## 影院迎来暑期观影潮

“外面天气太热了，电影院里边空调调得看大片多爽呀！”观众张先生看完电影《神探大战》笑言，这个夏天自己几乎“住”进了影院，但凡有热度尚可的影片，他都会第一时间观影。

自7月以来，电影市场持续升温，《人生大事》《神探大战》《外太空的莫扎特》等多部重点影片上映，影院迎来暑期观影热潮。根据灯塔专业版数据，截至目前，全国营业影院总数为10119家，影院营业率为83.2%。已经连续一个多月保持在80%以上。从地区看，一些新一线、二线城市，如武汉、长沙、佛

山等表现突出，票房份额同比高出两成以上。这也表明，国内电影市场影片供给和观众观影需求均在陆续恢复。

“最近的影院真有点暑期档火热的感觉，终于不像上半年那么冷清。”北京一电影院市场经理张淼说，从目前形势看，已经过半的暑期档表现还不错，《人生大事》《侏罗纪世界3》《神探大战》贡献了大部分票房，且口碑均保持较好，票房长尾效应明显。“《人生大事》应该是暑期档截至目前最大的赢家，各个影院都靠它顶大盘。但如果按上座率看，文艺片《隐入

尘烟》也算黑马，别看场次少，表现却超出我们预期。”张淼透露，“之前每天可能就给它两场，现在加到五场了，周末预售也比较高。”

影院营业率的回升也带动更多优质影片定档。目前，暑期档有7部影片票房破亿元。其中，表现最好的是《人生大事》，截至7月24日，累计票房已超过15亿元，跻身今年票房前三名。专家表示，这说明国产影片需要不断拓宽选材范围，通过更有新鲜感的故事和更有层次的主题呈现，找到与大众产生共情的密码。

## 强话题强情绪显优势

房卖到近16亿元，也是情理之中。”影评人井润成分析。

近两年，主打强话题、强情绪的现实主义题材作品在引起观众共鸣、引发讨论热度方面表现出较强的优势。《人生大事》出品方联瑞影业，此前曾打造出《送你一朵小红花》《我的姐姐》等爆款影片，俨然掌握了这一类型的“财富密码”。

“这几部作品有点中国特色家庭片的意思，跟好莱坞那种合家欢影片风格还挺不一样。”井润成分析，这类家庭片走现实主义创作路线，往往会

选择一个观众比较有共鸣的“痛点”作为话题，比如以《送你一朵小红花》为代表的病痛话题，以《外太空的莫扎特》为代表的“鸡娃”话题，以《我的姐姐》为代表的重组家庭话题，以《人生大事》为代表的死亡话题。这类影片在情绪上也会做到极致，这样一方面观众觉得有话题性，很新鲜，另一方面也容易被影片营造的情绪所打动。不过，井润成直言，虽然这几部成功案例有共通之处，但影视创作还是不能只靠“模式化量产”，一旦数量泛滥，也极易引发观众反感。

## 见缝插针赢得机会

周至少有一两部重点影片上映，但由于疫情原因，不少影片不敢定档，导致市场片源不足。“其实现在还是有不少待映影片的，但可能现在不敢推。”

蒋勇建议，在疫情防控常态化形势下，片方要学会“见缝插针”定档上映，不要过分迷恋热门档期。“像以前那样提前大半年定档可能不太现实，现在往往是提前两个星期紧急‘空降’档期。其实只要影片质量在及格线以上，观众口碑马上就能出来，《人生大事》《神探大战》敢于上映，就获得了很好的票房。”

中国电影评论学会会长饶曙光表示，从世界范围来看，暑期档是全年最重要的档期之一，具有持续时间长、影片类型丰富、能满足多层次观影需求等优势。不过，从目前已定档影片来看，缺乏头部大片，未来能否形成持续观影热潮，尚待观察。

在影片营销方面，暑期档影片在

上映前期就十分注重与用户的连接，在微博、抖音等平台联合明星、制造话题、智能定位潜在观众；上映后期则注重口碑效应，结合直播营销、自媒体评论等，推动热点互动。比如，《人生大事》上映期间，宣发团队就以“人生大事票房”等话题掀起多轮观影热潮。

接下来，还有香港知名导演联合创作的《七人乐队》、主打机甲的科幻片《明日战记》等重点影片上映，有望将暑期档推向高潮。

短期看，疫情反复对国内电影市场造成一定冲击，但是影院在常态化疫情防控方面积累的经验，仍然保障了大量优质影片有序上映。总体看，电影市场危机与新机并存，在竞争激烈的时代，观众对于优质内容的渴求始终未变，电影创作者还需跟上时代步伐，以优质内容重焕大银幕生机。

综合北京日报、经济日报



《人生大事》海报。

白白

全国各地气温居高不下，电影暑期档则刚刚迎来升温。据灯塔专业版数据，截至7月22日，今年暑期档总票房已突破40亿元，与去年同期基本持平，全国营业影院总数也一度连续25天破万，营业率保持在八成以上。大部分城市影院营业率基本恢复到去年同期水平，整体复苏情况良好。朱一龙主演的电影《人生大事》凭借强话题、强情绪成为档期内最大赢家。《明日战记》等影片定档，有望在8月将暑期档推向高潮。



《神探大战》海报。

尽管市场持续向好，但“片荒”仍然成为观众和影院的共同感受，也成为影响暑期档最终表现的一大重要隐患。

相较往年，今年暑期档上映影片数量较少，中小体量影片有了脱颖而出的档期环境。根据灯塔专业版数据，自有记录的2014年以来，除了2014年与2020年，每年暑期档上映影片数量都在100部以上，而今年暑期档上映的仅有56部。这背后既有对疫情不断反复的担心，也有对市场环境的观望。在此背景下，暑期档实现当前票房成绩实属不易。这也从侧面反映出市场需求仍然旺盛，被抑制的影院消费有望得到释放。

“跟去年暑期档相比，今年一个很大感触就是没有多少片子，不像以前很多影片一起上，竞争很激烈。”电影产业专家蒋勇说，作为全年时间跨度最长的档期，暑期档最好是能保证每

## 《独行月球》《漫长的告白》来袭

7月19日，沈腾、马丽主演的《独行月球》宣布定档7月29日。之后的一周将迎来“七夕档”，8月4日，峨眉影集团出品的《漫长的告白》以及另一部爱情片《遇见你》将同日上映，为暑期档的“后半场”点一把火。影市日渐回暖的背后，反映出观众对新片的刚需。

《独行月球》是经典的开心麻花风格作品，淘票票想看人数已突破48万。有业内人士分析，该片保守预期票房收入将超过15亿元。

即将到来的8月还有《漫长的告白》《遇见你》《我们的样子像极了爱情》《一直一直都很喜欢你》《念念相忘》等青春爱情片陆续上映。这些影片的故事内容多是围绕年轻人的青春



《独行月球》海报。

之恋等主题展开。

其中，颇受影迷关注的是“四川造”《漫长的告白》，该片由张律执导，

耐安监制，倪妮、张鲁一、辛柏青领衔主演，讲述了少年时代的立冬（张鲁一饰）曾爱慕过一位叫阿川（倪妮饰）的

女子，但阿川的突然失踪，成为立冬近20年解不开的心结。随着立冬与哥哥立春（辛柏青饰）出游时与阿川再次相遇，过去很多故事的真相浮出水面。立冬对阿川深藏的爱，在这场远赴“她”乡的深情告白中愈演愈烈……

峨眉影投资公司总经理、制片人彭瑾此前在接受媒体采访时，谈到了《漫长的告白》与其他七夕档影片的不同之处：“这部电影是‘超时间性’的，讲述一个从久远过去到今天再到未来都会发生的故事。张律带有成熟个人风格的镜头语言沉静真挚、令人心动，让人体悟到细腻抒情之下的暗流涌动。”

封面新闻记者 杨帆