



《西游伏妖篇》是春节档票房赢家。

## 萝卜快了不洗泥 票房与口碑倒挂

# 影市刚需助春节档超33亿

刚刚过去的春节假期,让此前低迷的影市终于迎来开门红:除夕至正月初六,中国内地电影票房报收33.57亿元,同比增长8.7%。被认为和“西游”题材有关的《西游伏妖篇》《功夫瑜伽》《大闹天竺》三部影片,分别以11.49亿、8.66亿、5.69亿位居票房前三,“西游”题材大胜。

春节档大热,是否预示着2017年影市回暖?其实未必。春节档影市的刚需,被认为是7天票房超33亿的主要原因。在刚需市场的前提下,出现了萝卜快了不洗泥的现象,票房大卖影片争议多多。

本报记者 倪自放

### 关键词:西游

据猫眼数据显示,大年初一内地票房8.04亿元,超过去年的6.4亿元近2亿元,再创单日票房新高。春节档除夕至正月初六,总票房突破33.57亿,比去年的30.7亿同期增长了近3亿。这是自2016年暑期档连续几个档期票房下跌以来,中国电影票房难得的一次亮眼成绩。

今年春节档六部主力影片中,有三部“西游IP”作品,周星驰继续在春节档带来《西游伏妖篇》,故事承接《西游降魔篇》,讲述唐僧在收服了三徒弟后,师徒四人正式踏上西天取经之旅。《功夫瑜伽》《大闹天竺》,则堪称“现代寻宝版西游记”。

三部“西游IP”影片占据了春节档总票房的8成。由周星驰、徐克联手打造的《西游伏妖篇》,凭借超高的预售成绩,上映首日即斩获3.56亿票房,问鼎内地华语单日票房冠军。虽然此后单日票房下滑,但春节档仍以11.49亿的成绩夺冠。截至2月3日,该片票房已超过12亿。

业内人士分析,春节档电影票房高涨,源于市场刚需,“过年看电影”渐渐成了一种“习俗”。这一论断也从春节档影片的上座率可以看出来,影市上座率平日一般在10%以下,春节档期间,大部分影片的上座率都在20%至40%之间。

### 关键词:喜剧

今年春节档六部主力影片全部是喜剧片,这是以往从未出现过的。成龙领衔的动作喜剧《功夫瑜伽》,成为口碑和票房双赢的春节档新片。大年初四,该片以1.49亿的成绩力压《西游伏妖篇》夺得单日票房冠

军,实现了逆袭。值得一提的是,《功夫瑜伽》的排片率只有24%,票房占比却超过了30%,自大年初一开始就一直保持上座率前列。

《功夫瑜伽》不仅在国内春节档逆袭,在海外也受欢迎。据悉,在马来西亚和新加坡,同期上映的《功夫瑜伽》不仅夺得华语片单日票房冠军,还夺得首周末票房冠军。

韩寒的《乘风破浪》虽然大年初一开场排片率低,但凭借口碑和小清新风格,单日票房连攀新高,大年初四、初五单日票房均过7000万。《乘风破浪》以“70后”故事关注情怀的设计,被称为春节档最有情怀的影片,在豆瓣和猫眼的评分位居春节档影片第一。在全国二三线城市以及北上广深上座率均排第一,可谓小镇青年和城市白领通吃。目前该片票房已接近5亿,是春节档后票房潜力最大的影片。

### 关键词:倒挂

虽然《功夫瑜伽》《乘风破浪》后来居上,但综观春节档的六部主力影片,尽管它们都使出浑身解数,但就影片口碑而言,多数观众仍觉质量平平,颇感失望,口碑与票房倒挂现象依然非常严重。在豆瓣上,六部影片的分数分别是《乘风破浪》6.9分,《健忘村》6.7分,《熊出没之奇幻空间》6.4分,《西游伏妖篇》5.7分,《功夫瑜伽》5.4分,《大闹天竺》仅3.9分。在猫眼评分系统里,《乘风破浪》6.9分,但票房没进前三,《功夫瑜伽》以8.6分位居六部影片中的第三。

在上述影片里,“倒挂”最严重的是《健忘村》,评分靠前的《健忘村》目前票房仅有1000多万,而其他五部影片票房均已过3亿。舒淇、王千源等主演的《健忘村》被称作包装在“另类乌托邦”之下的“别样喜剧”,一方面“处处透露出喜

感”,一方面又逐步揭露出“对人性的讽刺和现实的隐喻”,让人看后“回味无穷”。

《健忘村》在春节档出现口碑超高、票房惨败的倒挂现象,除了影片本身内容过于超前大胆,观众接受度低,还和春节档各影片大把投入做“票补”有关。

### 关键词:回暖

春节前多个电商平台上都出现了“14.9元看电影”、“19.9元看电影”,甚至有8.8元、6.6元的超低价促销。以“票补”的方式拉低票价来吸引观众,使《西游伏妖篇》《大闹天竺》等影片出现了未映先热的场面,也使一些影片虽然口碑差,但由于占据了排片场次,上映前三天票房数据必然高,而其他口碑好的影片则因排片场次少而票房惨淡。业内人士分析,春节档票房数字漂亮,但因“票补”导致整个票房数字有一定水分,减去“票补”,片方的实际收益要缩水不少,这种“开门红”并不是2017年票房回暖的证据。

让人对33.57亿票房不敢盲目乐观的另一因素,是在统计上有争议的电商服务费。观众在电商平台购票时,通常每张票会支付2至5元的服务费。从2017年1月中旬起,这笔服务费也被计入票房中,但这笔费用既不参与最终的电影分账,也不纳入电影专项基金。据统计,春节档33.57亿票房中包含的电商服务费近2亿元。如果去掉这2亿元,春节档票房同比增长率将降至3%。

中国电影家协会秘书长饶曙光在接受记者采访时指出,春节档是全年最特殊的一个档期,“因为最赚钱,所以成为兵家必争之地。老百姓需要话题和共鸣,导致观影也成为刚需,但并不意味2017年中国电影会持续这样。”面对市场现状,业内人士对今年的市场不太乐观。



《乘风破浪》城市白领和小镇青年“通吃”。

### 快评

## 高票房不代表好口碑

春节档电影又火了,7天票房超33亿人民币。《西游伏妖篇》《功夫瑜伽》《大闹天竺》等此起彼伏、热热闹闹、盆满钵满。要说,中国电影真得好好感谢市场和影迷,电影不咋的大家心知肚明,却仍纷纷捧个钱场。

春节档电影,只是看上去挺美。高票房不代表好口碑,此番不论是专业的影评机构还是普通影迷,对这些影片评价都不算高。中国电影是赶上了好时候,拍片不缺钱、不缺技术、大小影院遍地开花,市场宣传推广一轮一轮。可中国电影就是缺精品、缺故事、缺好演员。躺在市场泡沫上固然也能活一时滋润,但没有大量的优秀电影支撑,中国电影市场也许毁不了,但肯定有批量的电影人被淘汰。

电影的力量,是艺术的力量。成功的电影,遵循着优秀艺术的基本原则。好的电影能够将现实与艺术之间的巨大鸿沟填平,直抵人们内心最柔软的地方。具体而言,就是一个很好的故事,很好的剧本,一个诠释到位的角色,一些能够引发人们共鸣的朴素情愫。至于其他,不论是服装、道具,还是特效、技术,或者搞笑、耍宝,都是辅助的手段,不应该成为影片中心。

然而,春节档热映的几部影片,多少都有些本末倒置,矫揉造作的商业痕迹明显。周星驰和徐克两位大导演联袂制作的《西游伏妖篇》,我们看到的只是老套的周氏喜剧梗和徐克飘逸武侠风格的生硬嫁接。强强联手,效果反倒差了,看不见创造力,只有重复。成龙主演的《功夫瑜伽》,在全球多处胜地取景,画面惊艳,剧情和故事无亮点。王宝强自导自演的《大闹天竺》,不能说导演和演员不拼命努力,然而不过是王宝强式恶搞的庸俗笑料叠加。三部电影还有一个共同点让人诟病,就是挑选演员只重名气眼球,找来不少没什么演技积累的当红明星演很重要的角色,大多诠释不到位。相声演员岳云鹏、俊朗小生吴亦凡的演技,委实不敢恭维。

中国电影,要相信并敬畏市场和观众。观众的眼睛是雪亮的,他们可能会一时看走眼,终不会埋没好的电影,票房和口碑,该给的终究会给。乱花渐欲迷人眼。这是中国电影最好的时代,也是最坏的时代。相信市场和观众,终会大浪淘沙,给我们一个好电影层出不穷的时代。(程永高)