



今观察

影响 超67亿元

2023春节档票房为何能创影史第二

大年初一，影院经理戴茜早早地赶去影院上班，这位原本对春节档预估谨慎的从业者，被商场外等候进场的密匝人群惊呆了。一开门，赶着看9:40首场电影的观众乌泱泱蜂拥进电梯，戴茜等了三四趟才上去。“这真是一个惊喜。”戴茜感慨道，“很久没见过这么多人了”。刚过去的2023年春节假期，这样“久违的热闹”几乎出现在全国各地电影院。

1月27日，2023年中国电影春节档(1月21日至27日)收官。据猫眼数据，今年春节档总票房67.58亿元，比去年同期的60.39亿元增长约12%，仅次于2021年春节的78.42亿元，位居中国影史同期票房第二名，《满江红》以26亿元档期票房夺冠。作为疫情防控措施调整优化后的首个重要档期，2023年春节初一至初六累计观影人次超1.29亿，比去年春节档期人次增加1400万。影院的春天回来了！

2023春节档“七剑下天山”

从1月23日年初二那天开始，戴茜就感觉“今年春节档稳了”，那一天结束时，《满江红》和《流浪地球2》两部影片票房都已超8亿元，而戴茜所在影院票房已经大幅超过去年同期。

成都莱纳星影院经理陈燕对春节档票房的信心来得更早，1月15日春节档预售两天票房即破亿时，她已明显感受到一条强劲的上扬线——“影院从12月中旬《阿凡达2》上映开始复苏，上座率成倍回升，从之前的1%增长到16%~17%，随后各大影片宣布定档，预售数据一路走高。”从这个意义上看，《阿凡达2》为春节档起了重要助推作用，而真正拉高票房的，是这七部差异化明显且“个个能打”的高质量电影。陈燕告诉记者，预售时就有业内人士把春节的7部电影称为“七剑下天山”，在她看来，这评价相当精准。戴茜认为，这几乎是历年来整体最强的一届春节档，无论人气还是口碑。

如果说以往春节档有明显的头部、腰部、尾部影片，那么今年竞逐春节档的7名“选手”在影院经理眼中，几乎各个都是精品。截至1月28日，《满江红》豆瓣评分7.5分、《流浪地球2》8.2分、《无名》6.7分、《深海》7.3分。这几个春节档主角，不论单部还是平均分，都足以“吊打”过去两年的对手。这也给经理们带来“甜蜜的苦恼”，“排片真是得动一番脑筋，尤其大年初一，实在难以取舍。”陈燕说，“我多排了哪个少排了哪个，都怕丢观影人次、丢票房。”

近年来口碑最佳的春节档

可以说，每部影片都有自己强力的“自来水”，口碑的发酵使得2023年春节档连续5天实现票房过10亿的持续后劲，“逆跌”(指长假期间影片票房一般呈下跌趋势，电影票房反而上涨)也成为春节档后半程最为频繁出现的关键词。先是《满江红》在上映第三天创下上映后的新高，超过《流浪地球2》(21.64亿元)逆袭为春节档票房冠军。紧接着，《熊出没·伴我“熊芯”》也在初三、初四实现逆跌，最终以7.47亿票房跻身总票房第三名。就连被评价“有一定观影门槛”、口碑相对两极的影片《无名》，开局竞争中相对示弱，后于大年初五实现“逆跌”。“自来水”人数众多的《深海》也在后半程的初四、初五两天实现了对自身票房成绩的超越。最终，两部影片以4.93亿和3.59亿分别排在档期的第四、五位。

多元的类型成就了近年来口碑最佳的一个春节档，将在过去一段时间流失的观众重新拉回了影院。由于两部头部影片都超过两个半小时，《流浪地球2》片长173分钟，《满江红》片长159分钟，导致了全国影院总排片场次264.6万场，比去年春节的314.9万场减少了50.3万场。但由于口碑上乘，上座率明显超过去年春节档票房排名前两名的影片。《满江红》春节假期上座率高达47.2%，远超过去年春节的冠军《长津湖之水门桥》的31.4%。《流浪地球2》上座率40.8%，也超过去年春节档亚军《这个杀手不太冷静》的35.1%。

上座率的大幅上升，抵消了放映场次减少而给票房带来的影响，最终使得今年春节档总观影人次达到1.29亿，已经回到了2019年的水平，这给不少业内人士安了心。

“加量不加价”对观众胃口

“大家都拿出了一些压箱底的‘宝贝’。”戴茜说，而影院给观众的回报，则是更低票价。往年春节饱受观众非议的票价上涨现象，今年春节不仅得到有效遏制，而且首次出现了票价下降。据猫眼数据，今年春节档全国平均电影票价52.4元/张，比去年春节档52.7元/张小幅下降0.3元。虽然下调幅度不大，但这是最近七年全国春节档票价首次下调，且由于2023年春节档上映的影片时长增加不少，所以不少内业人称今年春节档是“加量不加价”。

戴茜告诉记者，“去年票价高，确实因为受疫情影响影院反复关门观众少，大家就觉得，难得开门，票价稍微高一点，这样能收回一点成本。”2022年下半年，电影市场几经沉浮，很多影院经历了“临危”边缘后，经理们的思路已经变化：“把市场做热，把观众请回电影院，提高上座率才是最重要的，这基本成为行业内共识。”戴茜说。戴茜的影院处于北方二线城市，在这个春节档，她所在影院的平均票价相比于去年降低约10元，但由于人次增加，因此票房收入反而上涨。

从各线城市票房占比情况来看，2023年春节档中，一线城市的票房达7.59亿，占比为11.05%，二、三、四线城市票房分别达到26.25亿、15.50亿、18.43亿，占比为38.23%、22.57%、26.84%。与去年同期相比，一线城市的票房无论从占比还是涨幅来看，都明显低于其他各线城市。与之相反的是，四线城市的票房占比与涨幅都上升明显。

中国电影市场恢复势头乐观

在中国电影资料馆策展人、影史研究者沙丹看来，2023年的春运已经完全恢复正常，它在一线城市工作的人实现了返乡，当他们回到中小城市，将观影习惯和观影氛围带了回去，扶老携幼去看电影，促进了各线城市影院的上座率。

在内地电影市场，尚属新生事物的春节档其实与中小城市的经济发展和院线发展密不可分。放眼中国电影史，春节档是在贺岁档的基础上演化细分下来的产物。1997年12月24日，冯小刚执导的《甲方乙方》开了内地贺岁片的先河。此后两年，《不见不散》和《没完没了》接连在年底上映，随着冯氏喜剧招牌的确立，贺岁档这个由香港乃至西方舶来的档期概念逐渐在内地站稳脚跟。

从2012年开始，当一、二线城市电影市场逐渐饱和，三线及以下城市消费能力不断提高，各大院线公司将业务发展方向的重点逐步转向三、四、五线城市，中国迎来了电影银幕的“大跃进”。在2017年年底，三线及以下城市银幕数量占比已达54.11%，赶超了一、二线城市。再加上中国高铁的迅猛发展，使回乡过年变得越来越容易。基础设施的提升为春节档的出现铺平了道路，看一部电影，逐渐从一个人的城市文化生活转变为一家人的春节团聚仪式。更适合西方人圣诞、新年假期的贺岁档，伴随着冯小刚的隐退逐渐沉寂，春节档应运而生，可以说，春节档已经成为中国人过年时必不可少的“新民俗”。

几部火爆的春节档影片之后，又有定档2月5日的《风再起时》，改档于2月17日的《中国乒乓之绝地反击》以及《黑豹2》《蚁人与黄蜂女：量子狂潮》等一系列好久不见的漫威电影，沙丹认为，对于中国电影市场的恢复和发展势头已经可以抱有乐观的心态。“让电影业火起来的方法很纯粹，就是鼓励创作，扩大引进，让电影院里充满各种各样的作品供消费者选择。这样，观众不会跑，投资不会跑，头部的国产大制作才能持续，我们才能从‘几年拍一部《流浪地球2》’逐渐变成‘一年拍出几部《流浪地球2》’。现阶段维持电影业的信心，关键在于持续带给观众走进影院的热情和动力，2023年伊始开了个好头。”沙丹说。

据中国新闻周刊



《满江红》宣传海报



《流浪地球2》宣传海报

《深海》宣传海报

《熊出没·伴我“熊芯”》宣传海报

《熊出没·伴我“熊芯”》宣传海报