



每年暑期，都是电影行业的重要日子。对于各大院线而言，暑期档上承春节五一，下接国庆跨年，堪称行业一年的腰部时间。往年，这也是爆款频出的时间段，单片产出的绝对值甚至能超过火爆的春节档。例如2017年《战狼2》拿下57亿，至今雄踞国产电影票房榜首；2018年，《我不是药神》《西虹市首富》分别拿下25亿、31亿；2019年，《哪吒之魔童降世》斩获50亿，位居榜单第二，直到今年春节才被《你好，李焕英》反超。

而反观这个暑期档，已经过去了几乎四分之三，但除一部《中国医生》勉强超过10亿之外，其余都表现平平。从各种角度来观察，这似乎都是近年来最疲软的一个暑期档。但细究其产生的原因，却似乎并不能仅仅归咎于疫情一个因素。



这个暑期档静悄悄： 电影行业时代变了吗？

反复的疫情

目前，8月过去了一半，但由于多部大片接连撤档，刚刚过去的七夕小档期也创下2015年以来的最差纪录。梳理过往数年间的暑期档票房，发现除遭受疫情冲击最为严重的2020年外，今年暑期档的表现甚至比2014年还糟糕，几乎直追2013年的水准——须知2013年全国银幕总数才1.8万块，而2020年全国银幕总数已经达到7.5万块。

其实今年早些时间，市场情绪还是蓬勃向上的。春节档创下78.42亿票房纪录，让不少从业者一度喊出了“全年800亿”的振奋口号。紧随其后的清明档和五一档，也都分别迎来了小爆发。清明档凭借《我的姐姐》和《哥斯拉大战金刚》，短短三天吸收8.2亿票房。而五一档虽然十来部影片扎堆，但在《悬崖之上》《你的婚礼》带领下，档期总票房达到了16.73亿。两个数字相比2019年同期都有明显增加。

短暂的热闹，让不少从业者一度觉得市场情绪得到了回归。但很快，热闹就被冷寂取代了。“本以为市场情绪回来了，结果才发现，这就是一场回光返照。”8月初，北京一名院线从业者无奈表示。尽管当天有《怒火·重案》《盛夏未来》两部看起来还不错的影片坐镇，但上座率还不到10%。

而随着自然灾害，乃至全国疫情的反复，多地限制了影院上座率，或者干脆直接将影院关闭，使得市场的低迷情绪进一步加剧。首当其冲的是郑州。7月20日的暴雨导致城市内涝，当地不少电影院设备浸水受损，被迫关停。7月27日，受疫情影响，南京市发布了《关于进一步严格疫情防控工作的通告（第6号）》，此后南京市影院全面停业。

8月6日，郑州市文化广电和旅游局官方微信发布《关于继续暂停开放全市部分文化旅游场所的公告》，要求全市KTV、网吧、电影院、A级景区、公共文化场馆、城市书房等文化旅游场所继续停止开放。同日，国家电影局发布通知，低风险地区电影院上座率不得高于75%，中高风险地区电影院暂不开放。

有业内人士认为，照此趋势，已停业的影院在8月底前都很难恢复营业，上座率限制也不会解除，再加上多部潜力影片的撤档，2021年的暑期档可以说已经提前宣告结束了。

疲软的内容

但能将糟糕的市场表现全部归咎于疫情吗？其实不然，冷风并非是临时刮来的，萧瑟之前，早有预兆。春节档到五一档的火热，让不少电影片方大感振奋，纷纷将影片上映时间提前，试图迎合反弹的观影需求。于是端午档也和五一档一样，十来部影片扎堆上映，但最终创造的票房总量却还不及2019年同期的60%。这和优质内容的缺失有关。虽然端午档影片多，但都是中小体量，产出的票房最少的只有数百万，表现最好的《当男人恋爱时》最后也仅报收2.64亿。

端午档是暑期档的开头，某种程度上算是后者的风向标，其低迷态势令无数从业者暗暗捏了把汗，后续的发展果然也印证了人们的担忧。梳理暑期档票房发现，档期内，除《中国医生》超过10亿大关，达到13亿元外，接下来表现较好的是仍在上映的香港警匪片《怒火·重案》，主旋律片《1921》和动画电影《白蛇2：青蛇劫起》。再往后的电影，也都只有2~3亿的量级了。

某电影公司资深制片人表示，上述几部电影质量虽然都在及格线上，但在调动学生群体观影热情方面，其实都有些不够。“暑期档最重要的票仓就是学生。但主旋律影片抓学生的能力不强；《怒火·重案》太老套了；《青蛇·劫起》制作水平还行，故事乱糟糟的；至于青春片，像《燃野少年的天空》这种，目标观众群其实不是现在的学生，是已经参加工作的人，再说歌舞片这一类型国内本来也没多少受众。”

在该制片人看来，往年能够无差别调动人群观影情绪，并且拿下大量票房的，只有喜剧、战争片、社会话题片、国产动画片、好莱坞进口大片这几个品类。但由于美国疫情的影响，好莱坞大片整体供应不足；如《我不是药神》一类的社会话题片也不存在稳定的生产机制；动画片方面，今年的《白蛇2：青蛇劫起》《俑之城》《贝肯熊2：金牌特工》等全部加在一起，也抵不上2019年《哪吒》的六分之一；喜剧方面，继《你好，李焕英》后倒是出现了不少，质量却越来越差，宣发力度也跟不上。种种因素叠加在一起，造成了如今这种寡淡无味的局面。

唯一的希望在于战争片。于是从业者们都在翘首期盼《长津湖》，但在其正式官宣撤档后，这一希望便也化为了泡影。截至发稿，2021年全年总票房刚刚超过320亿。而此时距离年底只剩下了不到5个月。无论是春节档后业界一时振奋喊出的800亿，还是随后下调的600亿预测，目前看来都是遥遥无期。

时代变了吗？

其实，疫情和内容供应都只是短期因素。相比之下，更令从业者们担忧的，还是新一代观众观影习惯彻底发生了改变。根据中国文化产业协会数据，2017~2019年期间，我国观影观众的年龄在逐渐增长，30~34岁观众成为新观影主力人群，2019年，我国平均观影年龄首次达到了29岁。在此基础上，有媒体提出了“00后不再看电影了”的论点。其将电影拆分为获取内容+社交两大需求。而对于两者，电影院都面临着时代更迭带来的新对手：获取内容方面，有电视、流媒体等多种渠道；而在社交方面，剧本杀、密室等业态的出现，也让影院不再具备独家优势。

因此，不少悲观的业内人士做出了判断：如果说去年的疫情对于影视行业来说是一场突发性休克，如今则更像是一次“慢性死亡”。无论这一判断是否准确，在没有大片加持的日子里，单个影院人流量的下降的确是肉眼可见的变化。这一趋势在非一线城市表现得更加明显。

湖南长沙一名影院经理对记者回忆，他刚入行是在2014年，彼时各地都在兴建新商业综合体，而影院和电玩城是商场内几乎唯二的娱乐形式。再加上当时电影票务平台蓬勃发展，动辄进行大力度票补，一张电影票价常常低至四五元钱，使得影院人流量颇为可观。人流量也带动了映前广告的招商，广告范围从快消到电子设备再到汽车，观众入场后往往要被迫看上至少10~15分钟。但现在，映前广告寥寥无几，除了即将上映的电影预告片花絮之外，就是消防知识普及。

如今，他工作的主要内容是对影院日常的防疫消杀工作进行管理，并给为数不多的观众们扫码健康宝、测体温。在他看来，电影行业正在逐步同外界附加其上的光环剥离，平均收入会回归到“比当地人均GDP还低一些”的水平。但也有人仍保持乐观。北京中环春天影管公司董事长王征认为，目前行业面临的困难，是“短暂的常态”。这两个词看似矛盾，却能精准地反映行业面临的困境的性质。

“所谓流媒体，包括一些小屏幕，永远没有办法代替影院。电影院提供的仪式感是人类与生俱来的需求。”在王征看来，观众其实并没有被流媒体带走，而是现在的优秀影片太少了。有行业分析人士指出，大多数影院的困窘，主要在于非票收入方面也完全依赖观影人次。而当观影人次下降，卖品上不去，广告招商也减少，两部分收入就一起崩塌。王征认为，破局的关键，在于降低非票收入对观影人次的依赖，因此从2015年开始，中环影城就在不断尝试，在影院内搭配新的业态。最终确立的是两个大方向：咖啡餐吧和健身房。

“搭配的业态一定要本身就是成立的，可以自己造血。和电影院融入到一起不会增加新的租金成本，能在同样空间里提供给年轻人一些新的体验和感受，对人群的流量价值进行二次、三次开发。”王征说。“那些所谓大数据，它只能代表过去某一瞬间存在的东西，不一定能代表一种趋势。”王征认为，考虑到国家文化复兴的整体战略，从更长时间维度来看，电影市场还是会不断向好。

来源：《中国新闻周刊》 石若箫/文