

读者点题

中国电影票房后劲有多大？

经济日报·中国经济网记者 姜天骄

刚刚过去的2017年，全国电影总票房突破了500亿元大关，这个令人振奋的消息引起了社会的热切关注。除了对票房本身的关注，读者最关心的还是与切身利益相关的问题。譬如，对价格比较敏感的观众发现，近两年线上票价有缓慢上涨趋势，相对于几十元钱一张的电影票，一些影片的质量不尽如人意，让观众感到花这么多钱看不值。还有一部分读者表示，好看的高品质国产电影相对较少，无法满足观影需求，更与日渐繁荣的电影票房市场不相符，令人堪忧。

电影产业的社会关注度一直很高，因为它是人民群众美好生活的精神食粮，是文化产业中的引领性产业，更是国家文化软实力的重要标志。读者关心的问题其实也从一个侧面反映了电影市场的健康程度。国产电影总体对全年票房的贡献率、票价与观影体验是否平衡等问题，都是影响电影市场健康发展的关键因素。针对这些问题，本报记者采访了业内专家，以回应读者关切。

目前电影票价合理吗？

对于大部分观众而言，电影票价格的高低决定着他们是否愿意走进影院。目前我国影片的票价线上线下相差很大。记者在北京各大影院采访发现，影院门票价要高出线上票价3倍到4倍，因此，大部分观众会选择线上购票。尽管如此，还是有不少观众表示，前几年线上经常能买到9.9元的超低价电影票，但这两年却很少见了，网络平台的票价也越来越高了。

一部影片的合理票价应该是多少？除去影片的制作成本，不同城市、不同影院、不同放映格式之间有着很大区别。拿放映格式来说，因为IMAX、3D能够带给观众更好的观影体验，其价格也相对更高。此外，影院的地理位置对票价也有一定的影响。以北京为例，坐落于西单商圈的首都电影院票价就比大兴区位置相对偏僻的星美国际影城要高。

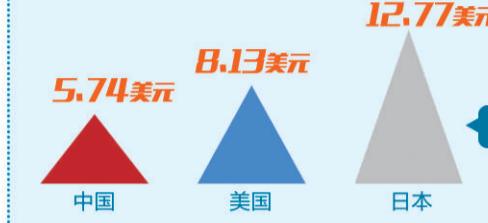
如果与国际上比较，我国电影票价并不算高。联合国教科文组织下属计算研究所发布的全球电影票平均售价显示，我国的平均电影票价为5.74美元，美国的平均电影票价为8.13美元，日本的平均电影票价达12.77美元，位居亚洲最高。而印度的平均电影票价相对很低，原因是印度没有文娱税，使得电影票价相对较低。

在我国，由于电商资本雄厚，实力大，所以为了抢占市场，电商采取投资的方式“烧钱”补贴电影票价。近两年，通过电商渠道继续争夺新用户的能力越来越有限，“票补”的力度也有所下降，这也是为什么线上平台很难再买到9.9元超低价电影票的原因所在。

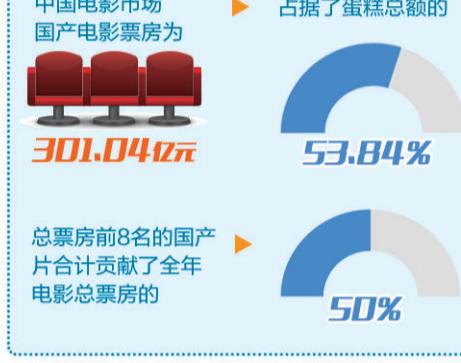
从某种程度上看，“票补”的确刺激了观众的观影需求，做大了电影市场的

刚刚过去的2017年，全国电影总票房突破了500亿元大关

联合国教科文组织下属计算研究所发布的全球电影票平均售价显示



2017年



“蛋糕”。尽管去掉电商高额补助后观众感到票价在悄悄上涨，但是不可否认，在超低票价的“诱惑”之下，很多观众已养成了观影习惯，即便现在的票价回到相对稳定区间，但很多观众仍表示：“电影已经是生活中不可缺少的一部分，离不开了。”

什么因素支撑了票房佳绩？

2017年全国电影总票房达到559.11亿元，创历史新高。这其中除了观众的观影热情越来越高之外，也有许多重要的因素。有力的版权保护措施，是保证票房的重要因素之一。冠勇科技董事长吴冠勇介绍，自2017年起，院线电影版权保护前置已成趋势。例如，《星际特工：千星之城》《异形：契约》等电影版权方均在电影进入院线上映前就采取了版权监测保护措施，对云存储、社区论坛、社交平台等作了重点监测，对已有的盗版资源给予及时快速处理，因而，在院线热映期未出现盗版资源的规模传播。

票房佳绩离不开有力的政策引导和法律保障。过去，由于缺少法律依据，不少乱象浑水摸鱼充斥在电影业内，阻碍了我国电影产业的健康发展。2017年3月1日《中华人民共和国电影产业促进法》正式施行。法案对电影创作、摄制、电影发行、放映、电影产业支持、保障、法律责任等内容分为6章作了详细阐述，亮点颇多。包括首次将电影产业纳入国民经济与社会发展规划当中，这意味着电影产业被新时代赋予了新的重任，成为拉动内需、推动国民经济增长的重要产业。此外，《电影产业促进法》也践行着简政放权，降低了电影行业的准入门槛，提出国家将在财政、税收、金融、土地、用汇等方面全方位扶持电影产业。

中国电影的发展也得益于院线的建设。2017年，我国银幕数量跃居世界第一，银幕数已达50776块，超过美国和加拿大银幕数总和。但值得注意的是，虽然银幕数较前一年增长了21%，但观影人数却只增长了18%，5年来票房仅增长了近两倍，这也低于银幕数的增长。华谊兄弟影院管理公司总部排片经理唐乐认为：“这几个数据的增幅未能同步，说明很多影厅没有充分的上座率，银幕数对观影人群的拉动力在降低。”中国电影家协会秘书长饶曙光认为，院线不能盲目追求银幕数量的增长，应该合理规划。在向三四线城市发力的同时，有效整合一二线城市的院线资源，对于影院数量已经饱和的一线城市，应该把着力点放在提升影院的软硬件投入，进而提升服务质量。

国产电影可以更好看吗？

一位票房分析师曾经提出，电影市场的健康程度，反映本土电影的发展趋势。如果把500亿元票房这块大蛋糕分一分，你会发现，过去一年，中国电影市场国产电影票房为301.04亿元，占据了蛋糕总额的53.84%。如果再把这一半多一点的蛋糕继续分下去，你又会发现，仅冠亚军《战狼2》和《羞羞的铁拳》两部电影就占据国产电影总票房的26.1%；总票房前8名的国产片合计贡献了全年电影总票房的50%。

国产电影的票房不能只依靠几个爆款。专家认为，20%的大片支撑了80%的票房成绩，进口片单片的票房是国产片的3.7倍，这些问题充分说明，要让国产电影健康有序发展，需要做到资源均衡，共同发力。

记者在采访中发现，观众对本土影片的期待更高，因为讲述中国人自己的故事会让观众更有共鸣，也更能找到情



感归宿。过去的一年里，令人难忘的国产电影还是不少的。2017年最后一个月，冯小刚的《芳华》感动了那些缅怀青春的人；看过《战狼2》的人记住了护照背后的那句话：你的背后有一个强大的祖国；《羞羞的铁拳》让人们在笑过之后开始认真思考是什么让自己真正强大……此外，《十八洞村》《建军大业》等主旋律题材影片在观众满意度调查中也获得了不错的口碑。这说明，国产电影的创作水平得到了明显提升，获得了观众较好的评价，实现了社会效益和经济效益的高度统一。

然而，国产影片对总票房的贡献率只有一半，这说明优质国产影片数量不足。对此，国家新闻出版广电总局电影局局长童刚认为，不能以影片数量的增长为目的，而是要提高电影质量，推出更多精品力作；不能以票房为目的，要追求思想精深、艺术精湛、制作精良。“决定电影产业发展最根本的还是好作品，必须在好作品上下功夫，提高创作质量，提升两个效益。引导优质资源向优质项目倾斜，提高作品的产出率。”

2017年是“电影质量促进年”，国家新闻出版广电总局电影局副局长李国奇认为，过去一年国产电影多题材、多类型、多样化的创作格局更加巩固，主旋律影片更好看了，娱乐型影片思想性更强了，这些都是反映电影市场健康发展的指标。他同时指出，在电影创作层面，有“高原”缺“高峰”、有数量缺质量的现象仍然比较突出，现实主义力作不多，创作质量和水平还有较大的提升空间。

电影是人类的梦工厂。李国奇希望，中国电影人还要再加把劲，保持创造和创新活力，一方面要始终把社会效益放在首位，提升电影创作的质量和水平，另外也要注重运用新技术提升中国电影的工业水准。

电影票房为何“贫富悬殊”

徐晓燕

为何电影票房如此悬殊？为何有些影片让人们愿意走进电影院？回顾2017年电影票房可以发现，影片口碑决定影片票房走向的趋势明显。纵观去年以来的卖座电影，口碑大都处在中上等水平，鲜见低分作品。与之前一些高口碑低票房或低口碑高票房的情况相比，口碑与票房有了明显的正相关关系。

无论从电影品质还是满足观众多样化的口味上，电影票房与口碑的正比关系，都得益于市场正在越来越多地考虑观众的审美需求。当前，我国电影观众已不再迷恋大导演、大制作、大明星、大IP等宣传噱头，而是越来越注重电影口碑和质量。制作精良、剧情过硬的电影，即使没有大明星大制作，也能得到观众认可，获得应有尊重。无论是卖到56亿元的《战狼2》，还是在岁末之际

引发广泛讨论的《芳华》和《妖猫传》，都让观众看到了中国电影工业的发展水平，看到了电影人对于电影质量的追求和匠心。

2017年，两部主创知名度不算高的印度电影《摔跤吧！爸爸》和泰国电影《天才枪手》分别取得了12.9亿元、2.7亿元的票房成绩，再次证明口碑之作的强劲竞争力。相反，好莱坞大片不再通吃，不少高投资电影与好莱坞大片的票房都不及预期或者前作。尽管《速度与激情8》代表的好莱坞工业大片号召力依然强大，但延续作为主演的好莱坞影片模式化严重、创新能力不足，进入中国以后，都不复当年勇。这从一个角度说明了中国观众不再满足于“爆米花电影”带来的单纯视觉体验，而是愿意尝试更多类型的优质影片。

更重要的是，口碑与票房双头并进的影片传递了正能量，与观众产生共鸣。比如，《无问西东》对大历史环境下青年的责任与担当展开讨论；《战狼2》则高举爱国主义与英雄主义的大旗；《摔跤吧！爸爸》《神秘巨星》表达了为了梦想要勇往直前的精神，对于女性地位和反家暴等社会问题也有所探讨……一部好电影应该体现出对社会的关注，应带给人光明和快乐，给人们的生活带来一份希望。这些过亿元大片的核心要点在于，不管它讲述的是哪一个时代的故事，不论采取的是什么类型的叙述方式，都努力做到了历史与艺术真实的统一，演绎出创新性的改变：以年轻观众乐于接受的方式，通过技术形成电影冲击力，强化主流价值观，使观众在观影中获得情感的浸染和陶冶，获取正能量。

建议

电影好不好看，观众说了算

汪文新

在我国的电影市场上，投资方不仅要考虑电影的社会影响，向观众传递正能量；同时，还必须考虑投资电影的回报率。如果投资得不到回报，投资方的积极性会受影响。决定电影投资方经济效益的，自然是电影票房。一部电影上映后，除了影片内容，电影票房也成了人们津津乐道的话题。电影好不好看，观众说了算。

电影票房会反映出一部电影受关注的程度，与电影投资方利益息息相关。一部电影的票房对其他未观影观众的选择有很大影响。由于追风心理和从众效应，票房越高的电影越受青睐。一个不容否认的现实是，部分电影投资人为了提高电影关注度，故意提供虚假电影票房数据。这种乱象欺骗了公众感情，对我国电影事业的发展极为不利，相关部门应下大力查处，让电影市场“风清气正”。

现实中，部分电影制作方热衷于请大腕明星拍摄电影。对一部电影而言，戏中的大腕明星对观众很有吸引力，但对其不能过分依赖。观众对电影的选择越发严格，“只选对的，不选贵的”。因此，电影投资方要在选材、拍摄制作方面下功夫，制作出有情怀、接地气、能触动观众心灵的好作品。

(作者单位：湖南省湘潭市雨湖区鹤岭镇电化矿业分公司)

农村电影市场不该被遗忘

王宗征

当前，在统计电影票房数据时，存在着农村地区电影票房被忽略、被边缘化甚至被遗忘的情况。新出品的国产电影在大、中城市影院优先放映，城市居民的购票率和上座率受到高度重视。在农村地区，观看新影片竟成了农民观众的奢望。城乡反差如此之大，对于中国电影票房来说，显然是不完整、不正常的。

由于电影票房的评估存在重城市、轻农村倾向，城乡电影发行和放映工作出现了明显的不协调、不均衡现象，农村观众的电影消费需求被低估，农民群众对于新影片、好影片的实际需求也难以满足，致使一些农村地区出现电影放映缺位甚至空白。

随着农村经济条件的改善和农民对文化生活需求品位的提高，县乡一级电影放映场所及其设施明显不足，在一定程度上制约了农民对电影的消费需求。在这种情况下谈电影“票房”，不免让人感到尴尬。

我国农村电影市场的消费潜力巨大。考量中国电影票房，不能忘了农村，不能忘了农民观众，更不能不考虑如何为广大农民群众提供比较得体的观影场所和相关设施。

有鉴于此，有关部门应该反思城乡电影发行和放映工作结构不合理的事情，要以城乡协调发展的思维，审视并解决中国电影票房城乡不均衡的问题，培育和激活农村电影消费市场，抓好适应时代要求和观众需求的农村电影放映基础设施建设，培养广大农民的观影意识、爱好和兴趣，使中国电影的教育和文化功能在农村地区凸显出来。

(作者单位：天津市宝坻区新闻中心)

让电影回归生活本真

朱金良

数据显示，2017年，中国电影无论是创作的数量还是质量都有了长足进步，票房和口碑的正比率在不断提升。

作为一种独特的文艺形式，电影源于生活、高于生活，自然也要回归生活本真。新时代下的中国电影创作要想出精品，就必须经得住时代、历史和人民的检验，用高质量作品传递社会主义核心价值观。讲好中国故事，传播中国好声音，用优秀的电影感染人、教育人、鼓舞人，实现经济效益和社会效益双丰收。具体而言，包括如下三方面：

首先，我国电影人应把握时代脉搏，挖掘重大题材，坚持正确导向，创作出优秀作品。同时，避免低俗化，多出一些反映党和国家历史、社会主义建设和改革开放重大成就、革命英雄人物的精品力作，以及群众喜闻乐见的生活类和科普类作品。

其次，应加强电影制作与传播的软硬件建设。借助现代科技手段，将电影制作得更逼真、更传神、更好看。深耕电影市场，大力发展三四线城市及乡镇影剧院，做好送电影下乡的工作，夯实电影群众基础，提高电影观影率和普及率。

最后，强化电影供给侧结构性改革。引入市场竞争机制，遏制劣品，减少次品，多出精品，盘活存量，做大增量，解决好电影发展不平衡不充分与人民群众对高质量电影需求之间的矛盾。

(作者单位：湖南桃江县松木塘镇桃锰社区)

口碑好，票房就不会差

林春

电影到底是票房重要还是口碑重要？这个问题毋庸置疑。没有口碑的电影拍出来也只是为了“圈钱”，这样的电影意义不大。口碑差的电影最终只会遭市场淘汰。

记得《恶棍天使》和《老炮儿》同日首映时，《老炮儿》票房5500万元左右，不及《恶棍天使》的三分之一。当观众发现《恶棍天使》内容其实并不那么给力之后，电影的口碑开始下降，《老炮儿》则后起直追，口碑上扬。最终，《老炮儿》逆袭，票房超越了《恶棍天使》。这说明，只要口碑得到观众认可，电影迟早出彩。

当下，主要有两种类型的人观看电影，一种是为了欣赏电影艺术而观影；另一种是为消遣解压观影，对电影的质量要求不高。有太多文艺片具有内涵和深度，口碑极佳，却难敌一些思想价值不高但不乏笑点的电影。

一味追求商业利益的电影，活不长久，迟早会退出中国电影市场。电影人应充分遵循市场规律，研究市场需求，适应市场变化，拍出“老少通吃”、思想性艺术性相对统一的作品。只要口碑好了，票房就不会差。

(作者单位：湖南省怀化市会同县金子岩侗族苗族乡供销社)

读者观察

经历了2016年国内电影票房从一路上涨到快速回落的走势，2017年的中国电影市场交出了一份令人眼前一亮的成绩单。数据显示，2017年全国电影总票房为559.11亿元，同比增长13.45%。这是内地年度票房首次突破500亿元。进入2018年，电影票房市场再创开门红。截至1月25日，内地票房收入已超过41亿元，比去年同期增长86%。

这其中，既有《战狼2》《羞羞的铁拳》《芳华》《摔跤吧！爸爸》等总票房破10亿元的电影，也有《二十二》《冈仁波齐》等中小成本、市场表现良好的影片，还有上映后引发各界广泛关注的电影如《无问西东》。与此同时，拥有大IP却没有得到口碑认可的电影，或市场表现一般的电影也不少，甚至还有票房仅169元的电影。

引发广泛讨论的《芳华》和《妖猫传》，都让观众看到了中国电影工业的发展水平，看到了电影人对于电影质量的追求和匠心。

2017年，两部主创知名度不算高的印度电影《摔跤吧！爸爸》和泰国电影《天才枪手》分别取得了12.9亿元、2.7亿元的票房成绩，再次证明口碑之作的强劲竞争力。相反，好莱坞大片不再通吃，不少高投资电影与好莱坞大片的票房都不及预期或者前作。尽管《速度与激情8》代表的好莱坞工业大片号召力依然强大，但延续作为主演的好莱坞影片模式化严重、创新能力不足，进入中国以后，都不复当年勇。这从一个角度说明了中国观众不再满足于“爆米花电影”带来的单纯视觉体验，而是愿意尝试更多类型的优质影片。

更重要的是，口碑与票房双头并进的影片传递了正能量，与观众产生共鸣。比如，《无问西东》对大历史环境下青年的责任与担当展开讨论；《摔跤吧！爸爸》《神秘巨星》表达了为了梦想要勇往直前的精神，对于女性地位和反家暴等社会问题也有所探讨……一部好电影应该体现出对社会的关注，应带给人光明和快乐，给人们的生活带来一份希望。这些过亿元大片的核心要点在于，不管它讲述的是哪一个时代的故事，不论采取的是什么类型的叙述方式，都努力做到了历史与艺术真实的统一，演绎出创新性的改变：以年轻观众乐于接受的方式，通过技术形成电影冲击力，强化主流价值观，使观众在观影中获得情感的浸染和陶冶，获取正能量。

本版编辑 许跃芝 梁剑箫

《读者》投稿邮箱 jjrbdzhe@163.com

jjrbbxsh@163.com