



■本版内容综合光明网、中国电影网、上海证券报、深圳商报、界面新闻等

今年五一假期共有5天,连休将带来更大的市场容量。如果你不想外出人挤人,走进电影院或许是个不错的选择。

在春节档创造了67.58亿元的高票房之后,电影市场已冷清了一个月。随着小长假的临近,国内电影市场将迎来一波新片上映的高潮,目前宣布五一档上映的影片多达17部,囊括了革命历史题材、动作、悬疑、爱情、喜剧、动画等类型,网友震惊之余,相关词条近日也成为热搜话题。业内人士表示,今年可能是真正意义上的“史上最挤”五一档。

那么,今年五一电影档将于两周后正式开启,有你想看的吗?

顶流云集 类型多元

五天小长假加持之下,2023年五一档电影票房能否再创新高,备受业界和市场关注。作为春节后最重要的档期,五一档历来是片方必争之地。

数据显示,虽然今年春节档的票房高居中国影史第二位,但是春节档之后,平日票房明显低于2019年和2021年,片方期待利用五一档的黄金档期,将观众“重新拉回电影院”。

业内人士普遍表示,今年五一档影片类型多元,让观众的选择更加自由,足以“一饱眼福”,也能够更大程度放大影片市场潜力,相信今年五一档一定会为上半年的电影市场带来又一个观影热潮,业内预测整个档期票房有望达到30亿元。

记者盘点发现,今年五一档云集了近年来娱乐圈多名顶流。4月28日,就有多位“顶流”亮相银幕。《长空之王》的王一博,《人生路不熟》的范丞丞,《倒数说爱

你》和《这么多年》的陈飞宇、张新成;4月29日,则有黄景瑜的《检察风云》上映。

值得注意的是,今年五一档中,多部影片为去年撤档影片。以王一博、胡军、周冬雨主演的《长空之王》为例,该影片原计划去年国庆档上映,但上映前两日,影片突然宣布撤档。《惊天救援》原定2022年7月8日上映,题材为灾难动作片;《检察风云》原计划去年五一档上映。

此外,革命历史片《井冈山星火》《翦伯赞》,剧情片《长沙夜生活》,悬疑片《鲛在水中央》,爱情片《这么多年》《倒数说爱你》,惊悚恐怖片《青木劫》等将为观众提供丰富多样的观影选择,而《宇宙护卫队:风暴力量》《新猪猪侠大电影·超级赛车》《天堂谷大冒险》《魔幻奇缘之宝石公主》《超萌时空宝贝》等多部中外动画片,将陪伴小朋友们度过快乐节日。

前有埋伏 后有追兵

2023年是疫情结束之年,观众对于走进影院的信心和热情逐步恢复,之前的春节档和清明节档都出现了佳作,票房和口碑双丰收。数据显示,2023年春节档是疫情防控措施调整优化后的首个春节档,电影票房为67.57亿元,名列中国影史春节档票房榜第二位。

今年第一季度全国电影总票房达到158.58亿元,同比增长13.45%,观影人群总人次3.37亿,其中接近九成国产片贡献,市场明显回暖。清明节档也有不俗的表现,截至4月5日13时40分,总票房突破1.24亿元,超过2022年清明档3天总票房。

业内人士表示,今年五一档的“挤”,不仅体现在档期内影片多,还体现在“前有埋伏,后有追兵”。

4月10日,春节档电影《满江红》再次宣布密钥延期,将延长上映至5

月15日,这是《满江红》密钥第三次延期,此举引发不少争议。网友吐槽“吃相难看”,更有网友直言“不如延期到明年春节档吧”。

不仅春节档电影在五一档能够看到,目前正在热映的《铃芽之旅》《忠犬八公》《望道》《名侦探柯南:贝克街的亡灵》均表现不俗。而4月20日即将上映的《灌篮高手》则已经成为爆款预订,截至发稿点映及预售票房已经超过3000万元。

此外,五一档期之后也有大片将至。《银河护卫队3》将在5月5日登陆国内院线。虽然受众已逐步对漫威“不买账”,但是银河护卫队系列一直拥有一定的基本盘。《速度与激情10》将在5月17日上映,这一系列IP在中国市场的号召力一直居高不下,不可否认将成为5月份头部大片。

史上最挤档期 17部新片『决战』五一



《长空之王》海报



《井冈山星火》海报

五一档电影片单

- 《长空之王》
- 《检察风云》
- 《长沙夜生活》
- 《人生路不熟》
- 《倒数说爱你》
- 《这么多年》
- 《惊天救援》
- 《青木劫》
- 《井冈山星火》
- 《翦伯赞》
- 《马庄村》
- 《鲛在水中央》
- 《天堂谷大冒险》
- 《魔幻奇缘之宝石公主》
- 《新猪猪侠大电影·超级赛车》
- 《超萌时空宝贝》
- 《宇宙护卫队:风暴力量》

辣评

抱团发声 借势唬人？ 史上最挤五一档背后,是电影市场的“档期依赖症”

从往年来看,五一档在全年各个档期中表现并不突出,一共只产出过两部10亿级别的电影。即便在这么小的一个档期,依然有如此多电影蜂拥而入,更折射出整个行业愈演愈烈的“档期依赖症”,反映了电影市场的供方“一头热”。

今年五一档除了《长空之王》以外,其他影片都难称大片,更多是走类型片市场路线,基本上缺乏单打独斗的实力,与其在平日里无声无息地“一日游”,还不如抱团制造声量,在集体观影潮中分得一杯羹。然而,如今的观众已经可以一眼看穿这样的“借势唬人”,社交平台上某些电影票房小组甚至形象地称之为“菜鸡互啄”。

为何旅游业和演唱会市场都迎来了强劲复苏,

火爆程度甚至超越了疫情之前,电影行业却在春节档之后迅速冷却?

有分析称,首先,超英电影、好莱坞大片在国内的影响力逐渐式微之后,“全民向电影”后继乏人,日常观影正在从大众娱乐退回到圈层自嗨与影迷兴趣。

其次,相比于电影,热门剧集更能满足大众的集体情感需求,引发关于个人命运与生存处境的共鸣;短视频更能满足大众的即时性娱乐刺激需求,免费、量大、管饱。长视频与短视频共同瓜分了电影对于大众的情绪与娱乐价值,大众也就越来越没有必要再走进电影院了。

最后,在线下日常性社交领域,一线城市观众2016年就开始离开电影院投奔舞台剧、脱口秀、



《宇宙护卫队》海报

livehouse(小型演唱会),小镇青年成为了票房主力军。后来,剧本杀、小酒馆等也开始向三、四线城市下沉,年轻人的线下日常娱乐有了更多的选择。

专业人士认为,电影质量、短视频宣发仅仅只是电影票房的必要条件,电影人应该要更精准地拿捏大众的情绪敏感点,突显电影媒介的独特价值,才不至于被逐渐边缘化。