

# 2024年五一档票房15.27亿元超去年 档期五部新片破亿 电影大盘稳中有进

■文/本报记者 李佳蕾

根据国家电影局发布数据,2024年五一假期(5月1日至5月5日)全国电影票房为15.27亿元,观影人次为3777万,均超过去年同期(15.19亿元,3763万人次)。截至5月5日,全年总票房为201.24亿元,国产影片份额为83.76%。

档期内共有8部不同类型的影片上映,其中6部为国产电影,海外片和题材电影《维和防暴队》获得了4.06亿元票房,位居五一档票房榜首位;喜剧电影《末路狂花钱》依靠其幽默风趣的故事情节吸引观众观影,以3.92亿元的票房成绩紧随其后;动作电影《九龙城寨之围城》获2.55亿元,位列档期内票房第三位;第四、五位《间谍过家家 代号:白》《哈尔的移动城堡》均为进口动画电影,分别获1.96亿元、1.03亿元。

业界人士认为,今年五一档电影大盘呈稳中有进态势,国内电影市场仍存释放空间。如何更好地把握大众情绪、打造优质影片、通过宣发精准触达观众,是电影行业亟需探讨的重要课题。

## ◎ 两部影片竞争焦灼 爱情“爆款”未现

今年“五一”小长假全国总票房超越去年同期。中国电影评论学会秘书长胡建礼分析,“依赖于档期内影片整体的平均实力。虽然档期内冠军影片票房未能超越上一年度的冠军,但是得益于影片题材类型的多样化,以及五部影片票房均突破亿元大关,最终实现了对去年五一档期的超越。”

仅从最终票房表现来看,《维和防暴队》与《末路狂花钱》竞争激烈,颇有去年五一档《人生路不熟》与《长空之王》“你追我赶”的态势。《维和防暴队》开画成绩亮眼,档期首日以1.37亿票房远超其他影片,同时“热搜霸屏”、话题讨论度上明显领先其他影片。灯塔专业版数据分析师陈晋介绍,“影片深受女性观众喜爱,女性观众占比高达71.4%,多人结伴观影比例较高,达到15.2%,很适合家长带孩子观影,有不错的教育意义。”

作为档期内唯一真人喜剧片的《末路狂花钱》,在档期前半程落于下风,后半程连续三天逆袭票房日冠,该片类型优势明显,满

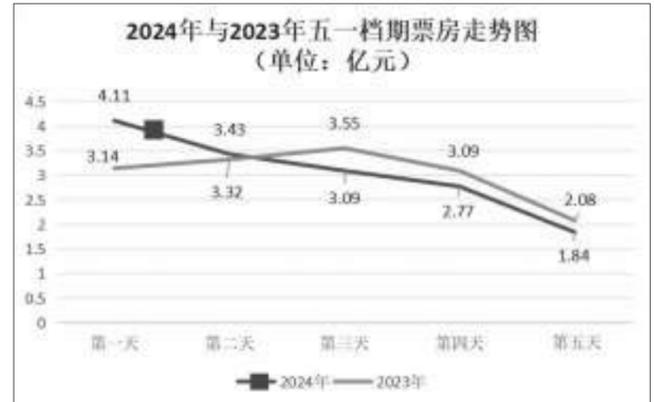
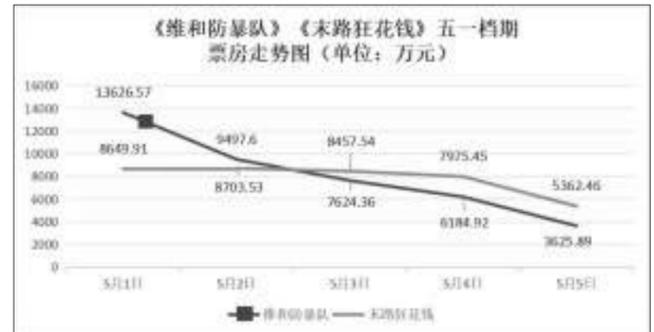
足了大档期观众追求“轻松解压”的观影需求,尤其在东北地区票房表现非常突出。五一档期间,除东北三省外,内蒙古、河北、天津等地,该片占比比例居高不下。

动作片《九龙城寨之围城》档期票房超2.5亿,单日票房连续3天逆袭。胡建礼认为:“该片在档期后半程实现逆袭,完全是得益于优异的口碑。作为一部香港动作片,其上限并不高,起初也并未受到市场看好。然而,当前该片票房表现良好,足以证明口碑对影片质量的影响至关重要。”该影片的成功逆袭可能与其特定观众群体密切相关,陈晋分析,相较于五一档的其他影片,《九龙城寨之围城》的购票观众具有显著的差异化特征,其中男性观众占比达到56.8%。该片在广东地区尤受观众青睐,上映五天,广东省内累计票房超过8500万元,成为今年五一档广东票房冠军影片。

近三年的五一档中,爱情电影都有着不错的表现,如2021年的《你的婚礼》(5.12

亿)、2022年的《我是真的讨厌异地恋》(0.88亿)、2023年的《这么多年》(1.74亿)。作为今年五一档期内唯一的爱情题材电影,《穿过月亮的旅行》的市场表现略显逊色,最终在档期内斩获3600多万元票房。但陈晋认为,该片在首日的票房收入超过1600万,成为五一档中三四线城市观众占比最高、下沉程度最深的新片,同时亦是25岁以下年轻观众占比最大、市场拉新率最高的影片。多类型影片满足不同观众的观影需求,也让市场更有差异性和活跃度。

回望五一档,有收获,也有遗憾。胡建礼表示,今年五一档票房超过去年同期,令人欣喜,但也出现了头部影片乏力,档期后劲不足的情况。今年五一档首日票房成绩显著,相较于去年五一档首日的3.14亿元,同比增长超过三成。不过,在后续走势上呈现出较为明显的下滑趋势。尽管如此,凭借五部影片在档期内票房破亿的表现,今年五一档仍创造了15.27亿元的优异成绩。



## ◎ 动画覆盖全年龄段 “成人向”略胜一筹

动画电影已经成为热门档期内不可或缺的存在。在家庭观影需求日益增长以及以年轻观众为主的二次元群体逐步成为电影市场新兴力量的推动下,亲子向与成人向动画已逐渐在热门档期中与观众产生化学反应。

今年五一档市场的三部动画电影中,有两部为进口动画,一部为国产系列动画。两部日本动画电影《间谍过家家 代号:白》《哈尔的移动城堡》都取得了不错的票房,“今年的动画片表现颇为亮眼,两部作品的票房均突破亿元大关,成为五一档票房超过去年同期的关键因素。”胡建礼说。

《间谍过家家》这一IP近年来在日本广受欢迎,漫画销量已超过3000万册,动画剧集口碑亦颇佳。在中国,该IP作品同样受到了二次元观众的喜爱,剧集在B站上上线后迅速登上热门榜第一,两季动画剧集目前的总播放量近10亿次。猫眼研究院发布《2024

五一档数据洞察》显示,该IP粉丝偏年轻,也与剧场版动画购票观众的年龄画像趋势相一致。在北京就读大三的二次元爱好者魏同学表示,作为当代青年,他倾向于关注可爱、美好的事物,所以五一档选择观看了《间谍过家家 代号:白》,觉得“满足了自己的观影需求”。诸多业内人士关注到,近两年来,《间谍过家家 代号:白》的营销推广方路画影视在动画电影领域的营销策略呈现出“破



圈”之势,《铃芽之旅》《灌篮高手》等高票房进口动画作品皆出自其手。

宫崎骏的最新作品《你想活出怎样的人生》在清明档中以接近4亿元的票房,吸引了大量观众的关注。在五一档期中,宫崎骏2004年的经典之作《哈尔的移动城堡》已为众多观众所熟知,能在档期内斩获超过1亿元的票房实属不易,同时影片“单人观影比例最高,差异性和丰富度满足了不

同观众的观影需求”。

自2005年推出至今,“猪猪侠”系列已推出超过2万分钟的动画内容,用19年时间培育了一代代少儿观众。“猪猪侠”背后的咏声动漫于2012年开始进军大银幕,《猪猪侠大电影·星际行动》为其推出的第九部“猪猪侠”系列动画大电影。该片5月1日上映后,排片占比在4.5%左右,单日票房产出在470万元到1000万元之间,表现较为稳定,档期

内共收获票房3327.79万元。

业界人士表示,五一档中动画电影基本覆盖全年龄段,不过成人向动画仍略胜一筹,这可能与当前电影市场的观众结构有关,越来越多的二次元年轻观众成为电影市场的新兴力量,市场上对于动画电影的需求也逐渐从传统的亲子向动画转向更具深度和内涵的成人向动画。

## ◎ 撤档与周末档 片方该如何抉择?

继春节档《我们一起摇太阳》《红毯先生》等4部影片发布撤档声明之后,五一档的《没有一顿火锅解决不了的事》步其后尘。然而,从春节档两部撤档影片的重映结果看,票房表现都不尽人意。因此,在热门档期内,影片竞争激烈,片方对观众进行深入了解并及时调整策略显得至关重要。

陈晋表示,今年五一档首日临场购票的观众比例较高,接近七成,观众的购票决策时间相比以前更滞后,更倾向于在当日作出临时的观影决策,这也凸显了影片上映后宣传推广及口碑传播的重要性,同时表明大档期中观众观影需求依然旺盛。从购票画像上看,今年五一档延续了热门档期女性观众

更突出的特点,女性观众占比超过六成,同时也更加下沉,三四线城市票房占比接近四成。另外,值得一提的是,今年五一档40岁以上观众占比为历年最高,家庭观影需求持续扩大。

猫眼研究院高级分析师张彤认为,今年五一档大盘表现,尤其是档期首日的票房表现超出映前预期,说明影片临上映及开画日的营销热度和口碑更加重要。她认为,对比疫情后其他节假日档期观众画像,五一档仅比春节档年轻,电影市场仍需要更多“年轻向”内容。

胡建礼以五一档正式开始前就撤档的影片为例,“好莱坞动作冒险电影《特技狂人》、动画电影《小倩》、动作电影《怒海营救》都提前撤档,比较明智。《没有一顿火锅解决

不了的事》选择在五一档最后一天撤档,有点得不偿失。”他建议,在热门节假日档期,片方应审慎决策,精准定位自身影片,行业内部亦需积极筹划周末档期,吸引更多优质影片或中小成本但品质高佳的影片在周末档期上映。避免过度集中于春节档、五一档、暑期等重要节假日档期,否则可能导致部分影片沦为“炮灰”。

深圳某影城经理表示:“这一届观众表现出了明确的观影倾向,他们对自己的喜好有着清晰的认识,不会轻易受到知名演员、强大制作团队、著名导演以及大规模营销的影响。他们会支持自己偏爱的电影类型,并耐心等待影片口碑的出炉,进而根据实际口碑作出选择。”例如,尽管演员阵容并非顶级,但深受大众喜爱的喜剧片《末路

狂花钱》在一定程度上获得了出人意料的成绩。鉴于以往以“谐音梗”命名的喜剧电影往往遇冷,起初业内人士并未对该片抱有大高期望。然而,在五一档期的新片中,这部影片票房表现出色,有望成为长线放映的大赢家。

在观众逐渐理性观影的前提下,热门档期扎堆的影片或许并不能再取得令片方满意的结果。一方面,从市场角度来看,高质量、好口碑的影片在冷档期或周末档都能够取得不错的成绩,尤其是选择冷档期上映时没有更多影片的竞争,凭借观众高口碑的“自来水”效应更容易跑出“黑马”;另一方面,从片方角度来看,竞争冷档期需要更高、更精准的宣发投入,这对于片方来说也是一个考验。

