

6部新片同日竞逐贺岁档 难逃炮灰命运

尽管不少电影作品陆续加入了贺岁档战局,不过,战绩却并不理想。12月24日,全国电影市场共有6部中外新片上映,共同竞逐贺岁档,然而新片的排片占比最高仅为1.4%,其余大多不足1%,票房数字也难言乐观。纵观12月以来已上映的数十部电影,共有约5/6的作品票房不足5000万元。如火如荼的战局中,作品恐难逃炮灰的命运。

12月24日6部新片上映首日表现

单部影片排片占比最高为1.4%
其余5部影片排片占比不足0.1%

单部影片单日票房最高为21.9万元
3部影片暂无票房数据

上映首日6部新片累计票房为28.7万元

(截至12月24日17时)

12月新上映电影市场表现

票房在5000万元以上
10部电影,
其中6部电影票房过亿元

57部
中外电影上映

票房在5000万元以下
约5/6上映电影,
其中2.4部票房不足百万元

(截至12月24日17时)

6新片票房不足30万

现阶段仍陆续有新片加入贺岁档的大军。其中在12月24日,据猫眼专业版显示,国内共有6部新片同日上映,其中包括5部国产片《煽疯点火》《爱回家》《浴血反击》等,也有1部来自爱尔兰的进口片《教授与疯子》。

从题材类型来看,以上新片涵盖了战争、动作、爱情、传记、悬疑等多种元素,但却未能给市场表现添加亮眼的色彩,无论是上映首日的排片占比还是票房表现,均将这6部新片往炮灰电影的路上越拉越近。

数据显示,截至12月24日17时,6部新片中排片占比最高的《教授与疯子》,但也仅获得1.4%的排片,其余5部作品的排片占比甚至不足0.1%。而在票房方面,仅有3部作品已有票房数据,其中《教授与疯子》以累计票房21.9万元排在6部新片的首位,排在第二位的则是《煽疯点火》,共获得6.3万元票房,随后则是报收0.5万元票房的《爱回家》,其余3部新片均显示暂无票房数据。这也意味着,6部新片在上映首日的累计票房仅有28.7万元,尚不

足30万元。

6部新片刚一上映便面临炮灰命运的情况,只是贺岁档的一个缩影。北京商报记者调查发现,自进入12月以来,共有57部中外电影作品相继上映,但只有10部电影的票房实现5000万元以上,占比仅为1/6,其中票房过亿元的更是少之又少,只有6部。而其余约5/6的上映影片所获得的票房均在5000万元以下,并有24部电影作品的票房不足百万元,仅在数十万元甚至万元及千元左右的规模,且该类影片的数量在共计57部上映影片中占比超过四成。

炮灰身影成常态

实际上,不只是今年贺岁档,炮灰电影的身影早已成为国内电影市场的常态。

以2018年为例,据中商产业研究院的数据显示,2018年全年我国电影产量总计1082部,较前两年进一步增加,而新上映电影的数量则为504部。尽管超500部电影先后通过大银幕与观众见面,在一定程度上丰富了观众的观影选择,但在全年票房方面,

实现过亿元的只有82部,中国产电影为44部,只相当于全年上映电影数量的一个零头。

与此同时,再看炮灰电影的数量,北京商报记者调查发现,反而是该类影片的数量占了大头,占比约为四成、近200部电影的票房不足百万元,而最低的一部电影仅获得1000元的票房。

值得注意的是,虽然四成的电影作品沦为市场炮灰,但背后的公司数量并不少。在12月24日上映的6部新片中,除去1部进口片外,其余5部国产片背后共涉及11家公司,且其中有7家公司在2019年只推出1部作品在电影院上映。这一现象也成为炮灰电影的常态,如2018年票房未过百万元的近200部电影,背后的出品方达到近400家,其中八成的出品方全年仅出品1部电影。

在业内人士看来,这与前几年电影市场出现的资本热有一定关系。前两年大量资本不断涌入电影市场,且不只是电影公司,还有诸多跨界公司也想在电影市场分得一杯羹,因此电影产量有所增加,但从专业度和内容质量层面来看,资本过度催生的电影作品难

以达到标准,不少炮灰电影便由此诞生。而已经制作完成的电影也不能眼看着落灰,因此部分作品便会硬着头皮在院线上映。”导演黄志勇如是说。

马太效应渐显

截至目前,2019年的影片票房已超过2018年的607亿元,并向新纪录不断进发,截至12月23日,全年票房已达627亿元,据业内人士预测,2019年全年票房有望达到635亿-650亿元之间。

而从当下贺岁档的发展趋势来看,票房与排片仍集中在头部电影作品的身上,但这也不妨碍其他新片按照原定计划陆续上映,且在12月仅剩下的6天内,还将有22部中外电影上映,虽然其中包含此前便已受到观众关注的电影作品,但也有不少影片的关注度不尽如人意,或许也会成为炮灰电影中的一员。

投资分析师许杉认为,如今已能发现,电影市场的马太效应已愈发明显,两极分化的现象越来越严重,票房排名前十的影片能够

为电影市场贡献半数票房,且优质电影不仅能够获得预期的票房反馈,同时也能得到观众的认可、较好的口碑;反观质量较低的电影,尤其是炮灰电影,生存空间逐步被压缩,难以获得市场的注意力,这一现状有助于电影市场良币驱逐劣币,从而进一步提升整体行业的发展。

“目前电影市场的发展较以往已更为理性,不仅前两年资本的热潮已渐渐退去,观众、行业、政府对于内容质量的监管与标准也在持续收紧、提升,这对于行业发展是一个好事”,黄志勇表示;“或许此前还有诸多投资者试图想在电影市场大赚一笔或是以此博得品牌影响力,但现在持有该想法的人或是已亲身经历市场的‘无情’选择退场,或是看到其他人的遭遇而打消了念头。”

在影评人刘贺看来,电影市场的发展现状已提示影视公司,每一步发展都应回归内容本身。此外,虽然票房主要聚集在头部作品,但这并不意味着只有大公司的作品才能获得高票房,只要作品质量过硬,得到观众的认可,便有机会赢得市场。

北京商报记者 郑蕊

7号线东延、八通线南延年底开通试运营

北京商报讯(记者 陶凤 彭慧)12月24日,在7号线东延、八通线南延开通试运营前夕,北京商报记者跟随市交通委试乘两条线并探访了部分站点。

在7号线东延与八通线南延的首个换乘站花庄站站厅内,从上部垂下的小鱼群”风铃格外抢眼,在风的撩拨下发出清脆悦耳的响声。而在“小鱼群”风铃的正对面,一幅展现古代运河繁华之景的漕运壁画颇惹人注目,上部漂浮的祥云及下部的水纹,瞬间使壁画立体起来,栩栩如生。

“花庄站的创意设计点为‘金色梦想商业之窗’,整个空间的色调均为金色。两处吸睛的地方,或将在开通之后成为吸引人们争相打卡的网红地。”花庄站副站长高静告诉笔者。

在7号线与八通线的终点站环球度假区站的站厅和站台,记者看到,工作人员正调试电梯、清扫站厅,为开通做着最后的准备工作。作为7号线东延与八通线南延的终点站,环球度假区站将随环球度假区开放而同步投入运营。据悉,环球度假区一期2020年将竣工,2021年春季将正式开园。

目前,7号线东延的地铁车厢内,已经张贴上了最新的地铁线路图,7号线东延和八通线南延各站均已出现在线路图上。

市交通委相关负责人介绍,开通后,7号线工作日最小间隔与既有最小运营间隔保持不变,为3分半;首末车时间保持既有时间不变。7号线东延配备的车辆与既有7号线车辆相同,为8节编组B型车,车辆可运输2800人左右。东延配备33组车辆,上线车组增加至40组。

八通线工作日最小间隔2分50秒组织行车。八通线南延车辆采取既有车辆改造及新购的方式,为6节编组B型车,车辆可运输



1900人左右。

“7号线东延、八通线南延开通后,我市轨道交通的运营里程将增长至699.3公里,轨道交通的大规模网络化运营效应将进一步显现,将为市民乘坐公共交通出行提供更大的便利。”该负责人介绍。

其中,7号线东延工程是地铁7号线的延长线,全长16.6公里,辐射朝阳、通州两区,是南城东西向重要骨干线路7号线的东部延伸线,全线共设置地下车站9座,西起7号线一期焦化厂站,向东延伸依次为黄厂站、郎辛庄站、黑庄户站、万盛西站、万盛东站、群芳站、高楼金站、花庄站、环球度假区站,其中设置建设张家湾车辆段一座。

7号线东延是继6号线之后第二条直接服务于城市副中心的地铁线路,将构建起北

京中心城区与通州新城南部地区交通走廊,并服务于通州文化旅游区发展建设。开通后可在花庄站与八通线南延换乘,构建起北京中心城区与通州新城南部地区交通走廊。

八通线南延工程是北京地铁八通线的延长线,通过接线的形式,将出入段线调整为正线并延伸,出入段线由土桥站后出站,再与段内线连接,线路全长约4.5公里。

全线新设地下站2座,分别是花庄站和环球度假区站,本工程通过改造既有土桥车辆段的方式来实现电客车的日常存放及检修工作。

八通线南延计划于2019年底运营通车,与八通线一期贯通运营,届时将构建起北京中心城区与通州新城南部地区交通走廊,开通后花庄站可与7号线东延换乘。

文旅部剧透 明年文化旅游促消费大招

北京商报讯(记者 肖玮 实习记者 杨卉)文化和旅游正成为促消费的重要抓手。12月24日,文旅部举行的2019年四季度例行新闻发布会上,文化和旅游部产业发展司司长高政表示,为激发文旅活力,促进经济发展,将从八项重点工作入手,

包括:点亮夜间经济拓展消费新时间,推动夜间文旅消费规模持续扩大;改善文化和旅游消费环境;提升入境旅游环境,完善入境游客移动支付解决方案等。与此同时,加速推进文化和旅游消费试点示范城市建设工作、融合发展拓展消费新空间、用消费金融为文旅消费赋能,加大金融支持文化和旅游消费也是释放文旅产业活力的重要举措。

随着人们消费结构日趋多元化,夜间文化旅游市场也迅速扩容。对此,高政表示,接下来将深耕夜经济发展模式,点亮夜间经济拓展消费新时间,推进国家级夜间文旅消费集聚区建设。同时不断优化夜间文旅消费环境,丰富夜间游览产品、夜间演出市场,推动夜间文旅消费规模持续扩大。

值得注意的是,文旅消费规模的扩大,也意味着游客将对旅游环境提出更高的要求。对此,高政也强调,改善文化和旅游消费环境是大势所趋也是必行之举。除了对传统演出场所和博物馆进行设施改造提升,推进文体商旅综合体外,高政表示还将建设打造具有文旅特色的高品质步行街,同时引导演出、文化娱乐、景区景点等场所广泛应用互联网售票、二维码验票,节省游客出行的时间成本。此外,促销费大招还有提升入境旅游环境,完善入境游客移动支

付解决方案,开发适应外国游客需求的旅游线路、目的地、旅游演艺及特色商品并加强宣传推介,着力提升景区景点、餐饮住宿、购物娱乐、机场车站场所的多语种服务水平等。

另据了解,除上述措施外,文旅部还将着力丰富产品供给,促进旅游演艺、乡村旅游、红色旅游、休闲度假旅游等业态发展,同时推动景区提质扩容,推进A级景区特别是4A、5A级景区建设,健全景区动态管理机制,加强景区弹性供给,进一步优化景区游览线路和游览方式,大力推进“互联网+旅游”,进一步推行景区门票预约制度,进一步满足人民群众个性化的旅游消费需求。

“今年以来全国范围内都在积极推动夜经济,且目前来看,经过一段时间的发展,夜间消费占据份额越来越大,”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云在接受北京商报记者采访时表示;“在夜间到凌晨的时间里,从工作中脱离出来的消费者比起日间要更有潜力,因此夜间业态及相关产品的丰富将进一步激发客群的消费能力,在促进消费增长的同时带动整体经济的上升”。

同时,吴丽云也提到,除夜经济外,想要进一步释放文旅产业活力,消费环境、配套设施的完善必不可少。近年来文化和旅游都在向着高质量方向转变,关键是要加强基础设施的建设,同时简化旅游出行的相关程序,如排队购票、人工验票等,”吴丽云说;“总体来看,文旅是一个带动性极强的行业,涵盖110多个关联产业,接下来,相关政策将不断细化,刺激消费作用也会持续增强。”