

新老电影正面对决情人节档

去年《北京爱情故事》在情人节当天获得了1.02亿元的票房成绩,使得今年的情人节档期已经成为各大爱情电影争夺票房的主战场。据EBOT艺恩日票房智库数据显示,今年2月6日-14日期间,共有6部爱情电影在院线上映。与以往不同的是,在这六部电影中,除了四部新上映的影片之外,还有两部老电影欲借情人节档期再试身手。

六部爱情片打响票房争夺战

情人节当天,可以在影院观看的六部电影中,除了徐静蕾导演、王朔编剧的《有一个地方只有我们知道》、借综艺节目《奔跑吧兄弟》人气获得提升的郑凯主演的《有种你爱我》等四部新片之外,陈可辛的《甜蜜蜜》、冯小刚的《不见不散》两部经典爱情电影也将加入今年的情人节档票房争夺战。

在今年上映的电影中,徐静蕾的《有一个地方只有我们知道》获得了较高的关注度,2月10日上映首日就获得了3600万元的票房。此次《不见不散》的发行方华夏电影发行相关负责人认为,老电影重映可以为观众提供更多的选择,而情人节档期也有助于电影票房的增长。

“今年的情人节新老电影共同争抢票房,但是相比新电影,老电影的受众人群有限,新鲜感不强,获得高票房的可能性不高。”北京大学文创研究院副院长陈少峰表示。

老电影借“粉丝经济”捞金

值得注意的是,此次陈可辛的《甜蜜蜜》是“有备而来”,背靠国内知名影视公



司光线传媒,在影片上映的前一个月就已经开始了宣传活动,而且该片除了进行影片的修复之外,陈可辛还邀请鹿晗为修复版《甜蜜蜜》唱主题曲并拍摄MV。

在一位资深影视从业者看来,鹿晗作为从韩国知名组合单飞的艺人,具有较高的人气,其主演的电影《重返20岁》获得了超过3.5亿元的票房成绩。此次《甜蜜蜜》重映邀请鹿晗献唱主题曲,片方不仅依靠黎明、张曼玉吸引唤醒同年代人的回忆,也想要打开年轻群体的市场,利用“粉丝经济”实现老电影的二次捞金。

“我是鹿晗的粉丝,他参与的电影我一定会去电影院捧场的!”大学生小杨激动地表示。随着《小时代》、《后会无期》等电影票房大卖,现在“粉丝经济”已经成为电影市场不可忽视的力量。以今年1月上映的老电影《一代宗师3D》为例,其最终票房达到了9776万元,刷新了国产老片重影的票房纪录。

新媒体营销成影片吸金助力

无论是新电影还是老电影,要想获得票房,不仅要具有一定的知名度以及粉丝基础,还应该加强电影营销。对于情人节

档电影扎堆上映的情况,电影想要获得高票房,可以利用新媒体作为电影营销的吸金助力。

“尽管营销对票房的影响力已经逐渐增大,但是对于一部电影来说,真正决定

票房高低的仍是影片的质量。在不断加强自身内容创新的基础上,加强电影的宣传力度,找到合适的宣传策略,才能获得更好的发展。”陈少峰如是说。

北京商报记者 卢扬 沈艳宇

商报链接

在情人节玩出文化范儿

一年一度的情人节来了,现在的你是不是还在为情人节如何给对方制造惊喜而绞尽脑汁呢?其实除了营造浪漫氛围,你还可以带另一半度过一个充满文化气息的情人节。

演出:体验表演中的文化气息

除了电影院里的六部新老爱情电影供君观赏,北京的许多演出剧场还可以为你带来一场情人节浪漫盛宴。国家大剧院的中央芭蕾舞团交响乐团“情人节”音乐会、民族文化宫大剧院的美妙和声——玫瑰之夜情人节专场音乐会、小柯剧场的《等你爱我》等表演,都可以为

你展现一场浪漫的表演。

书店:单身人士的最佳选择

对于情人节里的单身人士来说,实体书店无疑是最好的去处,一个人看书不会显得寂寞,反而从爱情小说里增加了对爱情的向往。亚马逊中国于近日发布的2014年度浪漫图书排行榜显示,《霍乱时期的爱情》、《偷影子的人》、《亲爱的生活》分别位列前三名。情人节的浪漫氛围在一定程度上推动了读者的热情,浪漫类图书的销售有较大幅度的增长。在爱情气息弥漫的日子里,单身的你可以在书店品味一本爱情小说,其实你并不孤单。

三四线城市将成电影春节档主力军

2015年春节即将来临,各部大片已开始摩拳擦掌,准备迎战即将到来的票房争夺战。据猫眼电影近日发布的《电影行业报告》显示,三四线城市的观众将成为电影春节档的票房主力军。

近几年贺岁档表现疲软,而春节档却逐渐崛起,并于去年获得32.46亿元的票房成绩,成为除暑期档外第二个最赚钱的档期。这一变化促使众多电影公司将目光转向春节档,造就了今年堪称史上最“挤”的春节档,仅在正月初一当天就有7部国产电影上

映,包括去年春节档票房黑马《爸爸去哪儿》大电影的后续之作。

虽然在春节前一个月,66%的电影票房还是来自于一二线城市,但在春节档期间,一二线城市的票房占比将会缩减到51%,观影高峰将向三线以下城市上升。

猫眼电影战略与大数据中心主任苏丹分析称,由于春节期间会有许多流动人口从一二线城市回到三四线城市,使得观影需求也由一二线城市转移到三四线城市。“所以,在2015年春节我们预

计三四线城市的票房占比可能增长15%,甚至有可能出现三四线城市票房超过一二线城市的情况。”

针对这一情况,苏丹建议道,为迎合春节合家欢乐的气氛,影院可在春节档前半程重点突出一部“合家欢”影片,以迎合下沉到三四线城市的观影主力以及该群体所带动的潜在观影人群,随后再结合“互通口碑,多次看片”的观影传统,把重心突出放在另外几部具有爆点和长线潜力的电影上。

北京商报记者 卢扬 实习记者 郑蕊

模特春晚落地京视网



北京商报记者(记者 卢扬 实习记者 郑蕊)京视网启动仪式日前在北京梅兰芳大剧院举行,京视网的启动也标志着模特春晚落地京视网,第三届模特春晚节目内容将于春节期间在京视网平台面向全国转播。京视网作为北京市朝阳区工商联旗下文创行业的官方网站,由北京天海京视传媒有限公司投资建设,是集资讯、视频转播为一体的综合性网络平台,目前已形成8个板块、10个频道的格局。

原北京电视台台长刘敏,北京市朝阳区工商联党组书记、常务副主席梅诗曙,北京市朝阳区商会文化创意产业分会会长王少民,北京商报社副总编辑江丽,华夏时报发行部总经理荣伟,京视网CEO刘国强,模特春晚总导演刘宏伟等领导参加活动。启动仪式后,梅诗曙与王少民一同向北京市朝阳区商会文化创意产业分会新任副会长颁发了证书,同步进行了2015模特春晚的彩排录制。

京视网以服务会员企业为核心,以文创产业为亮点,以原创视频转播为重点,通过与主流媒体内容转播合作,着力打造一个高品质、宽领域、特色鲜明的综合网络平台。

北美成演艺产品出口核心市场

文化部于近日举办2015年第一季度例行新闻发布会。其中,中国对外文化集团公司新闻总监王洪波在会上表示,2014年,中国对外文化集团共在五大洲260座城市演出5172场,北美地区是目前演艺产品出口的核心市场。

数据显示,2014年,中国对外文化集团公司累计派出演出项目49个,其中商演项目30个,占61%。

在所有出口产品区域中,亚洲市场占20.83%,北美市场占39.58%,欧洲市场占31.25%,另外还有部分产品出口到欧亚市场和澳新市场。无论从派出项目还是从访演城市看,北美和欧洲都是演艺贸易与交流的主要地区。

对此,王洪波表示,2015年将是中国对外文化集团公司的“全球推广年”,集团公司将在今年进一

步发挥在北美西欧既有合作平台的辐射作用,立足纽约、华盛顿、威尼斯等国际文化中心,加强落地合作,深耕主流市场,不断提升创意策划和整合营销能力,以市场化方式推动中华文化国际传播,积极开发使用国际市场需求、拥有自主版权的品牌产品,逐渐扩大市场份额,打造“走出去”的核心竞争力。

北京商报记者 卢扬 实习记者 郑蕊