

《奔跑吧！兄弟》首周票房破两亿

《熊出没2》压制《喜羊羊7》，首周票房超一亿

中国内地电影市场来到2015年第5周,根据数据显示,本周总票房达7.17亿。其中,《霍比特人:五军之战》累计5.84亿;《奔跑吧!兄弟》首周票房斩获2.29亿位居亚军;《熊出没之雪岭熊风》1.03亿;《重返20岁》3300万,累计超过3.5亿;《喜羊羊与灰太狼之羊年喜羊羊》首周两天2620万;《博物馆奇妙夜3》1600万,累计超过3.2亿;《坚不可摧》首周1500万。



“综艺电影”奔跑不停歇

根据同名热门真人秀改编的大电影《奔跑吧！兄弟》，1月30日在全国上映后票房形势大好。第一天就以33.53%排片率居于首位，雄霸上周榜单的《霍比特人：五军之战》以24.6%降于次位，报收6800万，目前是2015年度首日票房榜亚军，仅次于9300万的《霍比特人：五军之战》。之后来到首周末，该片排片率保持小幅度上扬，2月1日已达到3748%，首周3日累计票房229亿。

将综艺节目搬上大银幕，去年电影版《爸爸去哪儿》是成功先例，首日票房8850万，首周三天票房2.52亿，因此成为2014年春节档的黑马影片，最终以6.95亿收官。当然，这也与影片选在大年初一上映这一特殊档期不无关系。而《奔跑吧！兄弟》电影版并非在传统档期内上映，依然取得如此佳绩，初步证明综艺节目衍生电影已经成为一种可复制的成功模式。另一方面，影片的口碑已经接近电影诞生以来的底线，豆瓣给出一星的比率达到70%，有评论写道：“照此下去，《新闻联播》也可以每晚在IMAX银幕收费播出了，相信票房不会低。”

对于档期的选择，百老汇电影中心经理富伟建表示，考虑到普通观众的放假情况，肯定是春节更好。至于《爸爸去哪儿2》和《爸爸的假期》实力相当，都属于小手拉大手系列。从影院票房来看，陈赫的负面新闻对当前票房没什么影响。“只要片子上映总会出各种新闻，像《等一个人咖啡》上映时九把刀也是。甭管好的坏的有意无意，起码就会有关注。”富伟建说。

把综艺节目搬上大银幕到底算不算真正的电影？中国传媒大学副教授索亚斌认为，当代中国电影所执行的还是时尚社交功能，而不是艺术审美，观众对自己喜爱的内容可以通过走进影院这种仪式化的形式，取得时尚话题的顶峰地位；另一方面，目前中国商业电影的样式比较匮乏，不要用理论去框定什么是电影，不要把电影这个词约等于故事片，电影其实是一种媒介。如果对比来说，和他对应的是文字而不是文学，只要符合一定艺术标准、不跨越社会尺度底线，内容越丰富越好，以后体育转播会在电影院卖票也说不定，“如果有人认为这不是电影，那恰恰是因为他对电影的理解有问题。”索亚斌说。

“熊羊争霸”品质哪家强

闰九月不但催生了今年95天的最长贺岁档，连2015年全国中小学生的寒假假期也因此大大延长。对于没有假期的父母来说，时间、空间限制较小的全家观影应该是最便利的亲子福利。于是，国内人气最高的两部低龄动画电影《熊出没之雪岭熊风》和《喜羊羊与灰太狼之羊年喜羊羊》(下文简称《熊出没2》和《喜羊羊7》)分别于1月30日和31日在寒假上映。

《熊出没2》上映首日排片率达18.68%，首日报收2660万，居于当日第三，在对手《喜羊羊7》公映后依然能保持平均18%高排片率，周日当天甚至超越《霍比特人3》的排片挤上亚军位置，首周三天报收1.03亿，几乎和去年2.47亿的国产动画电影冠军《熊出没之夺宝熊兵》，首周三天1亿的票房成绩持平；同期的《喜羊羊7》表现略显逊色，首日排片12.54%，报收1860万，首周累计2620万，《喜羊羊6》首周四天票房成绩为4606万，而该系列首周票房成绩最好的是2012年7150万的《喜羊羊4》，最终票房1.63亿。作为该系列的第七部动画大电影，“喜羊羊之父”黄伟明的高调回归也不能挽救其日渐下滑的票房续航能力。

据富伟建介绍，两部影片在百老汇影城的场次相当，但上座率却差很远，“同样的小厅，《喜羊羊7》只有三分之一，而《熊出没2》有一半以上。”他看好《熊出没2》成为今年贺岁档低龄动画冠军。“其他低龄动画相对小众、因人而异，不像《熊出没》那样每个孩子都愿意看。”富伟建说。

作为6岁孩子的爸爸，索亚斌也表示在《熊出没2》和《喜羊羊7》里他和儿子都会选择看前者，“因为它的整个情境设置本身具有一定张力。相比之下，后者的内容太过简单且生编乱造”。回忆起去年两部影片的表现，他说，“《熊出没》的故事看完之后，我和孩子都能记得住，但《喜羊羊6》根本没有记忆点。归根结底，还是这个品牌所形成的品质影响，包括电视系列片和大电影在内整个《熊出没》的品质，都比《喜羊羊》要高”。谈及国外的低龄动画，据他介绍，像《白雪公主》这样长盛不衰的品牌动画电影，发行方也会每隔7年就重映一次，“虽然考虑市场影响力内地影院从没有引进过，但现在国内能真的注意到小孩子的趣味并迎合起来就已经是相当不错了”。

(新京)

