

风物 深度 电影

中国大陆电影市场，不需要进口片？——2022中国影市回顾

疫情和审查管控不断变化的2022年后，中国影市是乐观恢复还是无奈躺平？



中国北京环球片场，游客在观看花车巡游表演。摄：Kevin Frayer/Getty Images

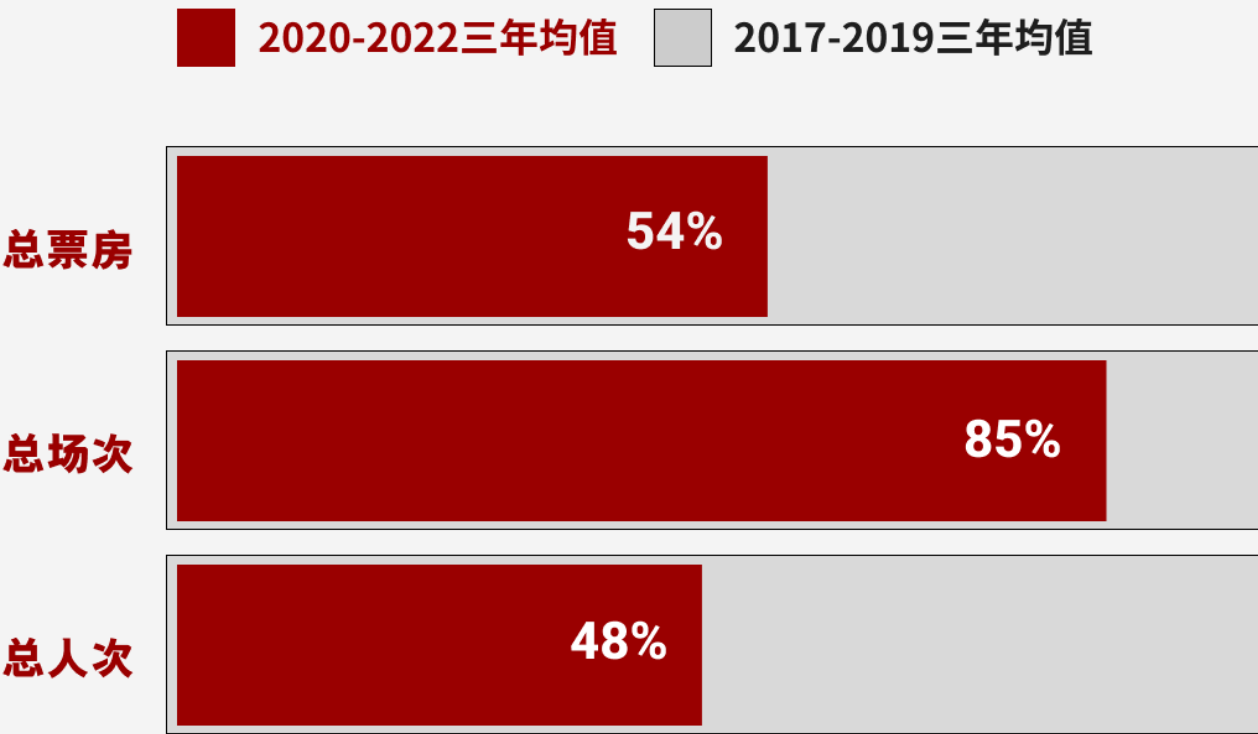
特约撰稿人 李观泽 | 2023-01-16

美国电影 电影院 中国电影审查

注：涉及文章语境，内文外语片译名统一为大陆译名

2022年中国大陆电影市场年票房最终止步于接近300亿人民币的数字（尽管官方公布的数字硬是凑上了300亿的整），直接回到了2014年的水平，甚至如果不考虑网售平台的服务费的话，270余亿的票房水平离2014年的296亿还差了不少。大陆电影市场此前的峰值是疫情前的2019年，年票房高达641亿，当时没珍惜现在回看已是天文数字。此番直接的腰斩也在市场的各个方面反映出来：[猫眼研究院的电影市场数据报告](#)显示，对比2020-2022三年（疫情后）和2017-2019三年（疫情前）的均值，疫情后总体的影片放映场次数恢复到了疫情前的85%，但总人次的恢复进度则不足五成只到了48%，场均人次也从15.3人降到了8.6人，可以说整体产值和场均效益均在断崖式下滑。而影院数虽然上升到了1.2万家，但近三年的增速不断放缓，考虑到不少倒闭关停影院还没有直接反映到统计数据中，真实的情况只会更加艰难。

疫情前后中国影市三年均值对比



资料来源：猫眼专业版《2022中国电影市场数据洞察》

比以上数字和各项指标更加惨淡的，是进口片的票房成绩——即便是乐观预估《阿凡达：水之道》（后简称《阿凡达2》）的最终成绩，全部20部来自好莱坞的分账大片票房总和也难以超过40亿。除此之外，非好莱坞六大或来自其他国家的批片，总共也不过为进口片票房添上了5亿多的零头。

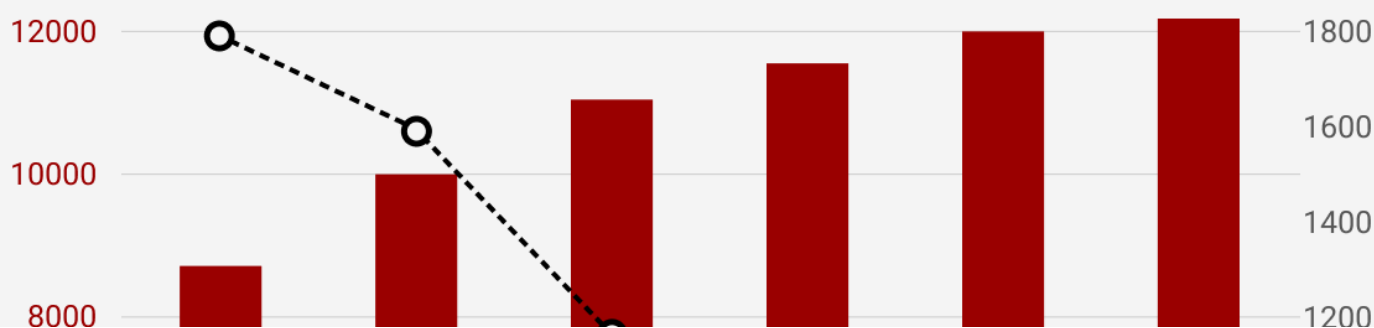
进口片曾经是中国大陆影市半壁江山这样的说法可能有些抽象，但回望疫情前的2019年，仅《复仇者联盟4：终局之战》一部电影就拿下42.5亿的票房成绩（比2022年全年的分账进口片还要多），除此之外10亿以上的进口片有4部，5-10亿6部。反观2022年的进口片情况，票房冠军为环球的老牌IP续作《侏罗纪世界3》（10.59亿），第二名迪士尼/福斯的《阿凡达2》最终票房有望超过15亿，在年内以9.5亿的成绩收官；第三名直接断档到了环球的动画片《坏蛋联盟》，票房仅3.35亿。5亿以上仅两部，除此以外破亿的进口影片算上批片也不过9部，从这样的结果看，得出“内地观众正在远离进口片”的结论似乎也并不突兀。

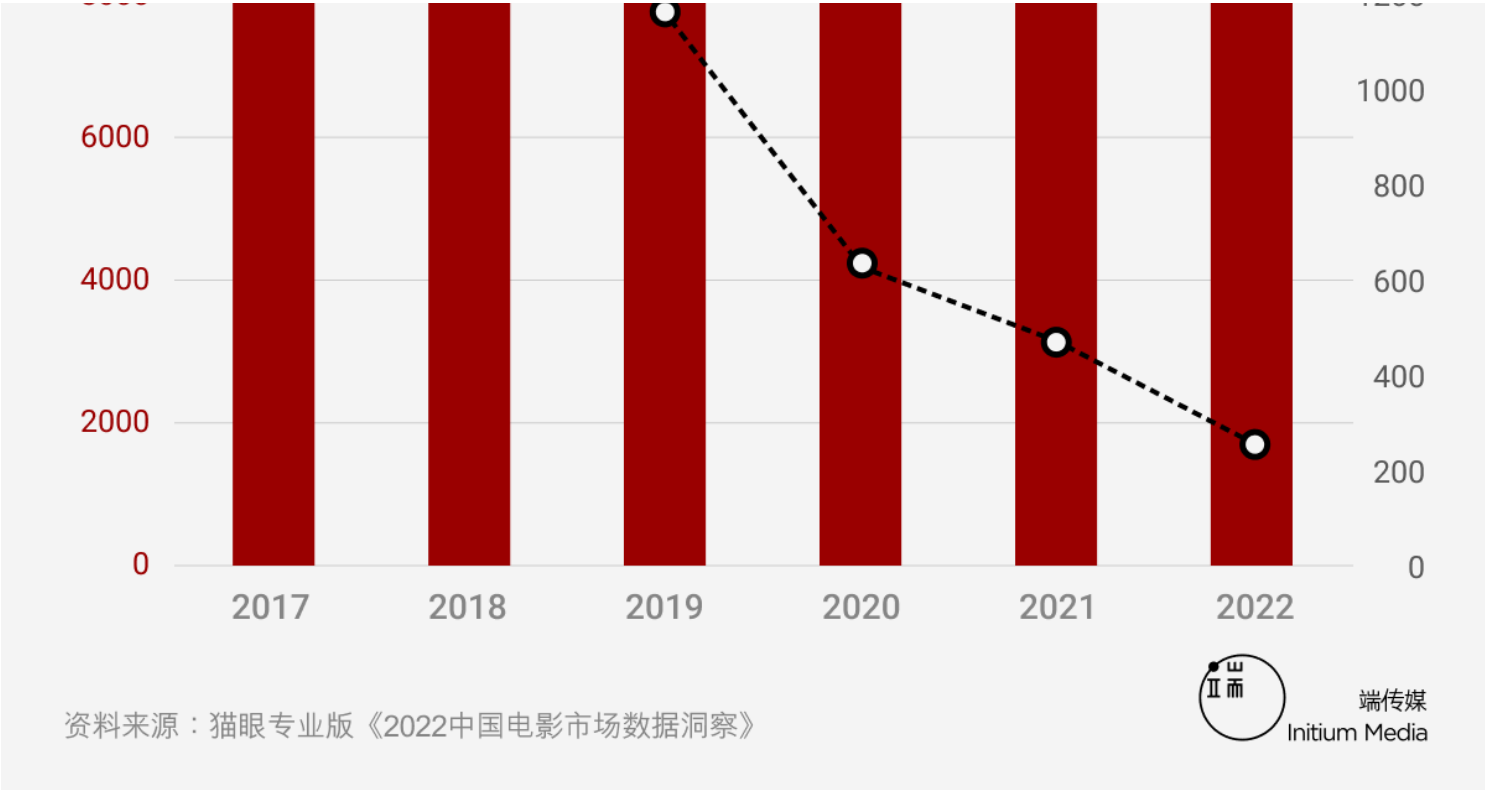
当谈及造成相关现象的原因时，疫情及管控因素往往是首当其冲会被提及的原因。不光是进口片，中国大陆市场全年票房的萎缩，都和疫情的爆发和管控有较大关系。不考虑少数部分城市长时间的封控，2022年也分别在3-5月和11-12月有两次波及全国的疫情蔓延，大量城市受到影响开始执行各自松紧不一的管控措施，而这些措施中明显的共同点在于，第一时间就关闭包括影院在内的公共娱乐场所。大规模的影院关停以及大面积的封控，对于电影市场来说自然是毁灭性的灾难。不同于2020年1-7月的全国影院整体关停，2022年的影院关停更加多变诡谲，是一个持续折磨的状态。有个别运气极差的影院，上午刚发复工通知晚上又发停业声明，令人哭笑不得但又不得不接受现实。对业内来说，2020年的停业还属于曙光就在前方的等待，而2022年就像是持续不断的梦魇，运气好了侥幸躲过，运气不好来回折磨，好在目前看2023年大家不需要再忧虑这样的问题了。

2017-2022年 中国影院总数及年度增速

● 全年有票房产出影院数

● 全年净增影院数



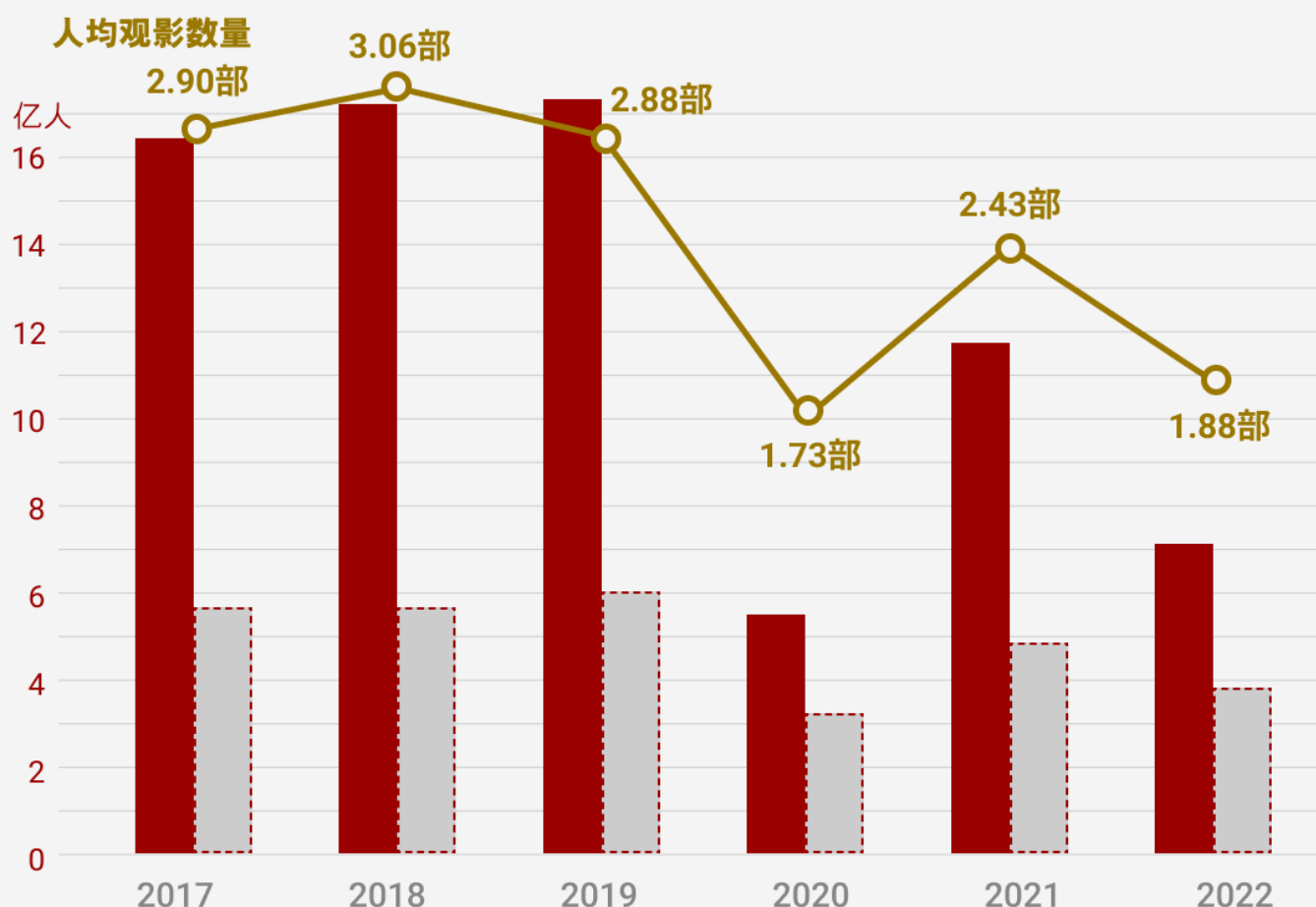


除去疫情因素外，造成整体市场惨淡的另一大原因是供给端影片供应的缺乏。这一点在今年10-11月表现得尤为夸张。整整两个月影院除了可以放国庆档的《万里归途》之外，几乎没有一部大体量有卖点的影片可排。即便是有观影兴趣的观众，看到电影院里放的还是一两个月前上映，豆瓣评分基本都在6分以下的“老片”，也很难不被劝退。造成上述现象的原因相对明显，相关部门要在十月下旬召开的二十大前后降低院线电影的影响力。而这个现象背后所反映的事实是，中国大陆电影市场已完全被相关审查/管理部门把控，不再具有独立或自主的市场商业属性，即便是有足够的存货库存，也无法在市场明显供不应求时做出调整，只能咬牙煎熬混吃等死。

长时间疫情管控肆虐加上影院无片可放，导致的结果就是观众开始远离影院，并逐步习惯这个过程。这同样是一个无法单一量化损害的过程，但就连影视工作者们都可以几个月不进影院，那些之前每年可能只看一两部电影的观众，就更加失去了去影院贡献票房的动力。不要小看这样的所谓“增量人群”，在疫情前的“正常”市场环境中，每年只看一部电影的观众占了近50%。根据猫眼研究院发布的《2022中国电影市场数据洞察》，2020年疫情后，每年只看一部的观众比例上升至60%。

2017-2022年 中国观影人次及人均观影数量

■ 观影人次 ▨ 估算观影人数



资料来源：猫眼专业版《2022中国电影市场数据洞察》

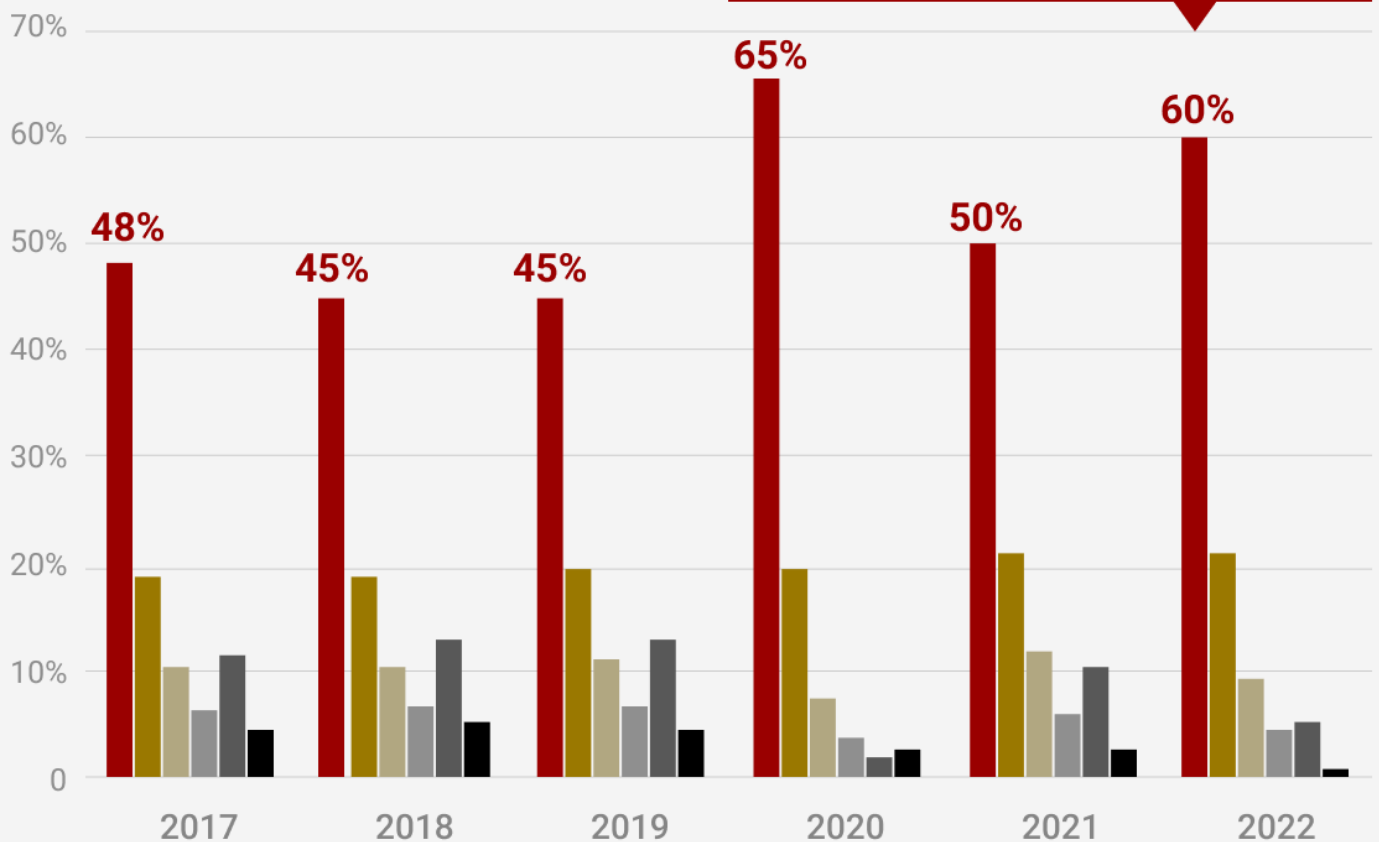


发生这样的变化，既有供给明显不足导致的流失，也有观众基于经济环境、疫情影响和娱乐方式做出的选择。但无论是收入水平降低带来的消费降级，还是找到其他可替代的娱乐方式，这影院流失的观众的短时间内都很难再被重新吸引回来。当然，这是一个全球都面临的问题，所有的电影市场都面临着头部效应加剧的难题，影院观影门槛的事实性提高导致普通观众只会被爆款吸引走进影院，而中腰部影片基本是无人问津的状态。2022年进口片在大陆市场的表现也是佐证，3-10亿体量的进口片几乎完全缺席，面对这样的局面片方也不得不选择缩减宣发成本，进而使得进口小片进入裸宣裸上无人看的恶性循环。

2017-2022年 中国人均观影频次结构变化

1次 2次 3次 4次 5-9次 10次及以上

以此估计，**2022年中国大陆的观影人数**为3.7亿，**2017-2019年**为5.6-6亿



资料来源：猫眼专业版《2022中国电影市场数据洞察》



另一个2022年中国大陆电影行业最显著的特点，必须是大量影片从宣传定档到上映的周期极短。在之前的正常情况下，一部中等以上体量电影的宣传窗口期是三个月左右，但今年出现了大量“档期空降”的情况，映前两周能定档启动宣传都算是在“打富裕的仗”。破亿的中高体量影片中，追光出品的动画系列续集《封神榜·杨戬》8月19日（周五）上映，8月15日（周一）下午才开始定档宣传；有电视剧在前的电影版《想见你》12月24日上映，12月20日才迟迟定档。造成此类档期乱象的原因，在于相关管理部门今年选择对电影上映档期开始严控——一部电影必须在经过繁复的内容审、技术审、协审并拿到龙标后，向管理部门报批上映档期，同意后才能开始相应的宣传。虽然很难寻找一个明确的时间点，但从2022年开始就能感受到大量的空降定档和对应的影片“悄无声息”地消失。

一般来说，除了那些关系极硬的主旋律和电影局钦点需要照顾的影片外，一部影片非常顺利完成各项审查工作的周期是4-6个月，一旦涉及修改意见和来回往复，审查流程就会被无限延长拖拽。往年影片提前定档，也相当于提前预设了一个日期，希望相关部门能配合影片的顺利上映工作，但报批上映档期的流程要求相当于直接拒绝了片方的一厢情愿——什么时候给你过审，什么时候给你上映，与你无关。把握住过审和档期，相当于直接扼住了影片的喉咙，对于一部具有商业属性的影片来说，与观众见面显然是最重要的一步，而影片无法过审，档期不给批复则意味着电影永远无法和观众见面。先不论这样的举措又拦下了多

少本能顺利上映取得不错票房成绩的影片供应，这种极端的管理方式也对行业产生了难以估量的损害，因为从结果看，大量影片被迫空降并无视市场规律仓促宣传，很难说如果宣传期充足的话，这些影片不会有更好的票房表现。

以上便是中国大陆电影市场在疫情影响和行业内部管控交叉侵袭的现状，但如果说国产片在此等情境里是困难模式的话，进口片无疑就是地狱模式了。对于国产片来说，即便没有档期自主性，也还有报批沟通商量的空间，甚至见到市场情况不好还能主动选择撤档来日再战。例如原本计划在十一国庆档上映的试飞员题材影片《长空之王》，作为有流量明星主演的主旋律呼声极高，预售也遥遥领先。但影片在映前3天突然宣布撤档，当天影片甚至计划举办首映礼活动，令所有人都措手不及。如此临时又具有戏剧性的撤档具体原因尚未可知，不过影片在前几天又宣布定档2023年的五一假期上映，不知片方在背后做了多少努力，但能官宣再次定档已经是影片基本安全的信号，不过不到上映的那一刻谁也不说。不准。

相比之下进口片就没那么幸运了，向来是直接给安排档期，几乎没有讨论空间，甚至于过审给上就得“谢主隆恩”了。从好莱坞大厂看，因为“环球影城”这样的大项目，与北京乃至更高级别管理部门关系比较密切的环球，近两年有非常好的档期待遇，《速度与激情9》《007：无暇赴死》《侏罗纪世界3》几乎都完成了同步甚至中国大陆提前其他地区上映的待遇，在当下的市场环境里显得极为稀缺；另一个极端则是漫威连带着东家迪士尼和远亲家索尼，这两年给安排上映的基本上都是较为边缘的小体量影片，在环中国大陆市场叱咤风云的猛片诸如《黑豹2》《奇异博士2》《蜘蛛侠：英雄无归》等都毫无踪迹。

关于漫威与相关管理部门结下梁子的原因，众说纷纭谁也说不清，但从结果看也很难说是中国大陆电影市场更需要漫威，还是漫威更需要中国大陆电影市场。此前的漫威电影已基本上到达了10亿+的量级，即便是疫情后减半也还有5亿+的吸金能力，随便安排一部就是2022年11月整整一个月的票房产出，如此想来受伤的也只有嗷嗷待哺的影院和想看片却没机会的影迷观众了。但这也并不影响漫威作为目前全球大银幕流行文化的龙头，在环中国大陆市场继续兑现影响力持续吸金，也难怪迪士尼前任首席执行官Bob Chapek会在《奇异博士2》确定无缘中国大陆市场后，在股东大会上表示“迪士尼电影在没有中国市场的情况下也能过得很好”。不过这位CEO在年底被突然替换，想必迪士尼也会借着这个机会缓和一下和相关部門的关系，毕竟没公司和赚钱过不去。

有意思的是，在Bob Chapek卸任后几日，《阿凡达2》便官宣中国大陆同步上映，并提前开始点映，使得中国大陆市场成为了最早能看到这部大片的市場之一。于是便有脑洞者分析指出，Bob的卸任便是管理部门同意《阿凡达2》上映的条件，此时恰好也传出《黑豹2》和《蚁人3》被官方引进的消息。从逻辑出发认真考虑的话，这样的说法太过滑稽，但鉴于当下世界的荒谬讽刺，很可能这就是真实的情况。不过《阿凡达2》这部影片相对来说成分更加“复杂”。这个系列的前作第一部对于中国大陆电影市场来说意义深远，不光是第一部在中国大陆市场总票房破十亿的大片，也引领了中国大陆第一批影院兴建和技术革新的潮流，为电影市场在之后的五年间飞速发展奠定了强有力的技术基础，并培养了中国大陆观众所热衷的3D和IMAX观影习惯。

如此重要的作品，续集自然被重点关注，在这个情境里“中国电影集团”自然而然地成为了《阿凡达2》的出品方，而《阿凡达2》也选择为中影旗下的放映系统CINITY背书，甚至有卡梅隆导演亲自录制的视频表示“CINITY放映系统与我们这部影片堪称绝配，如果你没有在CINITY看过《阿凡达：水之道》，就不算真正看过这部电影”。不难看出是资本和技术的深度合作，为《阿凡达2》的顺利上映完成了保驾护航，而对于之后想要顺利过审并能有个理想档期上映的进口大片来说，尽早抱上大腿可能是最现实的选择。毕竟现在相关部门力推的诸如CINITY这样的放映系统及技术，还需要用市场来换技术，等技术成熟或是观众广泛接受之后，恐怕就更没有进口大片的一席之地了。

说到2022年的中国大陆电影市场，从上游的电影相关从业者、放映端的影院工作者到观众们，一定都有吐不完的苦水。客观条件的艰苦和没有困难就创造困难的管控，都让人很难不感知到这个行业的岌岌可危。但从事实看就是如此，网口的急速收紧和水温的大幅降温，都明示着鱼死网破的风险，国产片都难存一息，更何况进口片呢。尽管目前看疫情管控已经放开，但其作为黑天鹅事件只是中国大陆电影市场2022年所发生一切的催化剂，更加严格的管控却是不可逆的长久之计，且只会越来越严。从这个角度看，得出“中国大陆电影市场不需要进口片”这样的结论可能都有些乐观，更有可能的是——“中国大陆电影，不需要市场”。