

549.15亿! 2023年中国电影市场晒出亮眼成绩单

549.15亿! 2023年中国电影市场晒出了亮眼的成绩单。

据灯塔研究院联合新华网1月1日发布的《2023中国电影市场年度盘点报告》(以下简称《报告》),2023年票房相比过去三年大幅上涨七成,已恢复至2017年水平。而观影人次则上涨了六成,人均观影频次升至2.58次,预估全年城市院线观影总人数再度突破5亿大关。当我们谈起院线消费的复苏,动画电影必须有一席之地。《报告》显示,2023年动画电影市场整体票房达2020~2022年均值的2倍以上。值得注意的是,一年内出现两部十亿级票房国产动画电影,属中国影史首次。

伴随电影行业复苏,观众在电影消费习惯上,也出现了新的变化趋势。《报告》显示,在电影消费仍以社交属性为主的当下,有七成观众是相约走进电影院,拉新、结伴、多刷成院线消费的新增长点。

以2023年暑期档为例,观影人次和频次双双大幅上涨,拉动全年“看2部及以上观众”比例回升。从2023年6月底《消失的她》热映开始,大盘被快速带热,吸引了千万级新用户首次走

进电影院结伴观影。《熊出没·伴我“熊芯”》《八角笼中》《长安三万里》等具有教育意义的影片,有效带动了家庭观影,尤其后者,二刷三刷的观众不在少数。

应该说暑期档、贺岁档等长档期,本身就有时间有条件调动观众多看几部电影,而爆款电影频出则更有效地培养了观众的观影黏性。灯塔专业版过去5年的数据显示,3人及以上结伴观影的比例处于稳步小幅上升的状态。

2019-2023年动画电影市场整体表现

动画	总票房	票房占比	上映数量	1千万以下	1亿以上	部均票房 (统计100万以上)
2019年	114.0亿	18%	73	42%	25%	1.75亿 除去《哪吒》0.99亿
2020-22年	36.1亿	11%	48 (三年均值)	46%	17%	8673万
2023年	79.9亿	15%	65	54%	22%	1.57亿

(资料来源:《2023中国电影市场年度盘点报告》)

与2019年相比,“00后”观众的比例增加了近1倍,并且仍在不断提升。从购票用户画像来看,24岁及以下、25岁至29岁两个年龄段的观众占比分别为24%、28%,是目前院线观众数量占比最高的群体。

《报告》显示,青少年动画、爱情电影,以及悬疑犯罪电影,是吸引年轻观众的主要类型。2023年上映的电影中,《消失的她》《人生路不熟》两部影片的24岁及以下观众的比例已高于大盘平均值。元

旦档票房冠军《一闪一闪亮晶晶》的用户画像中,20-24岁的年轻人占比高达38.3%,而同档期的《非诚勿扰3》,只有20%左右。

下沉市场是年轻观众的重要来源,如何打动越来越年轻的新观众走进电影院,是电影行业要面临的新课题。有业界人士表示,年轻观众更愿意为新奇的创意、有“梗”的话题电影买单,未来影市或应提供更多符合年轻观众需求的作品。

国产动画 一场消费回潮

这一年,国产动画电影票房迎来一波消费回潮。根据《报告》,《长安三万里》《熊出没·伴我“熊芯”》跻身影史动画第2、第5位,《深海》刷新国产青少动画票房纪录,国产动画市场复苏势头更为强劲。

据灯塔专业版,2023年动画电影票房前十中,国产动画电影合计46.22亿元。国产动画电影连续第三年包揽票房排行榜前三甲。

这一年,国产动画电影一直在探索多元题材和多种风格。2023年共有62部国产动画电影上映,既有取材现实,讲述了中学生成长故事的《茶啊二中》,以小成本撬动超3亿票房,也有原创系列动画电影《熊出没·伴我“熊芯”》,创造“熊出没”系列作品最高票房;春节档电

影《深海》创新研发的“粒子水墨”动画技术,以浓艳、瑰丽奇幻的风格给观众带来丰富的体验。它们为全年的电影市场带来不少惊喜,也为动画电影带来更多可能。

这一年,国风动画再次展现出惊人的“圈粉”能力。从《西游记之大圣归来》《白蛇:缘起》,到《新神榜:杨戬》《姜子牙》,近年由传统故事改编的动画电影实力圈粉,而《长安三万里》这匹2023年暑期档的黑马,为中国影史贡献了又一部现象级动画电影。

中国动画学会会长马黎在2023年11月举行的金融街论坛文化金融论坛上透露,2023年我国动漫产业总产值预计将突破3000亿元,经济收益可观,市场前景巨大。



2023年票房排名前三的动画电影

2024年元旦档电影票房创新高

中国电影市场为期3天的2024年元旦档实现票房收入15.33亿元,打破了2021年同档期13.03亿元的纪录,创历史新高。分析人士指出,跨年“仪式感”消费热显著拉高2023年12月31日跨年的票房,电影消费正加速复苏。

奇幻爱情影片《一闪一闪亮晶晶》成为元旦档最大亮点,该片带动2023

年12月31日大盘票房收入跃升至7.33亿元,较以往跨年当日最高票房纪录5.37亿元增长36%。

与年轻情侣的跨年影片选择不同,很多家长偏爱喜剧和动画电影。家住北京西城区白纸坊街道的陈艳是两个孩子的妈妈,作为自己跨年“仪式感”的一部分,她特意和闺蜜相约,两人带着5个

孩子一共7人观看了“爆笑”的喜剧电影《年会不能停!》。

北京大学影视戏剧研究中心主任陈旭光说,中国电影的类型越丰富,越能满足观众多样化的文化消费需求。适合亲子共同观看的喜剧电影越来越成为中国观众电影消费的一种刚需。

《年会不能停!》以2.34亿元的收入

位列元旦档票房第二名。因为口碑不俗,该片在1月1日跃升为全国单日票房冠军。

电影已成为中国人节日文化消费的重要内容,元旦档见证了中国电影业复苏步伐,也让人们对春节档抱有更多期待。业内人士预计未来数周会有更多影片宣布加入春节档。综合新华网