

《喜羊羊4》首周票房7500万,3D版《大闹天宫》近2000万;对比暑期档类型片“冰火两重天”

国产动画电影“冬暖夏凉”?

寒假刚至,盯准小朋友的国产动画品牌“喜羊羊与灰太狼”的第四部大电影《喜羊羊与灰太狼之开心闯龙年》(简称《喜羊羊4》)便抢滩全国大银幕,1月12日首映当天票房轻松突破2000万,首周末四天票房累计达7500万,打破了该系列的历史纪录,而另一部进驻贺岁档的动画片3D版《大闹天宫》首周末票房据悉也劲收2000万元。看上去,这个寒假的国产动画片迎来了“火热钱景”。与此同时,2011年暑期档扎堆上映的《兔侠传奇》《魁拔》《藏獒多吉》等多部动画片的表现却不从心,在炎炎夏日惨遭“票房冰河”。春节将至、“合家欢”氛围最浓的贺岁档,是否将成为国产动画片的福地。

近两年寒暑假电影票房对比

2011年-2012年“暑假”

《魁拔》约300万;
《兔侠传奇》约1200万;
《藏獒多吉》约100万

“寒假”

《喜羊羊4》7500万(首周,以此推算,总票房有望突破2亿)

2010年-2011年“暑假”

《长江7号爱地球》约1700万

“寒假”

《喜羊羊3》约1.5亿;《熊猫总动员》约4300万

“喜羊羊”创造的“寒假黄金档”

动画片一直是国产电影的一大“短板”,而2009年大电影《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》(简称《喜羊羊》)一举拿下接近1亿元的票房,让国内动画片行业看到一线希望,也为动画片在贺岁档期间的市场潜力做了一次有力的试探。

上海联和院线副总吴鹤沪告诉记者,当初第一部《喜羊羊》上映前,曾把档期定为年初一,而他曾建议片方提前十余天上映,“因为《喜羊羊》不是贺岁片,是专门为小朋友准备的假期片,孩子什

么时候放假,就什么时候上。”该片当年仅上海联和院线上映十天票房就达到千万,连续18天占据票房冠军宝座,为其后全国铺天盖地的“喜羊羊现象”打开先河。三年来,“喜羊羊”电影

系列每年准时出现在寒假第一天,一如既往地带去欢笑,票房不但稳中有升,而且也培养了孩子的观看习惯,如今去影院看“喜羊羊”成为许多家长犒劳孩子的“例行”礼物。

2011年12月中旬起,全国各大影院被《金陵十三钗》《龙门飞甲》占据,很多新片遭遇“影院一日游”。这个现象在《喜羊羊4》1月12日首映后立马转变。据片方透露,当日全国影院单

日票房比前一天激增一倍,上海大光明影院1365座影厅场场座无虚席,所有《喜羊羊4》影票在开场前一天即就被抢光,全国多家影院大排长龙,一票难求。

与此同时,2011年寒假上映的动画片《熊猫总动员》拿下4000多万元票房,前不久登陆大银幕的3D版《大闹天宫》首周末也一举拿下了近2000万票房,这些成绩似乎让人看到动画片+寒假所产生的化学反应。”

国产动画片的“暑假滑铁卢”

相对于寒假越来越火爆的票房趋势,暑期档却至今没让国产动画片尝到太多甜头。2011年上映的《藏獒多吉》票房只约100万,耗资不菲的3D《兔侠传奇》也只拿下1200万,而同期上映的一部欧洲动画批片《动物总动员》票房却高达6100万,令2011年扎堆上映的国产动画“难兄难弟”相形见绌。

为何国产动画片在暑期档频频遭遇“票房滑铁卢”?不少业内人士批评中国动漫人急于投资大银幕,而没有耐心像“喜羊羊”这样通过电视、漫画书、卡通玩偶等渠道培养动漫产业链,同时极度欠缺出色的创意、项目管理、市场营销人才。而吴鹤沪还提出了另一个观点:动画片的消费格局本来就是“小手牵大手”,家长

带着小孩子合家同享,而暑期档正是迪士尼等好莱坞动画巨头的“火线地带”,像《玩具总动员3》《飞屋环游记》都放在这一时段,同时像《变形金刚》系列、《哈利·波特》系列等主打“合家欢”的影片也来势汹汹,分流了许多以家庭为结构的观众,因此国产动画片在暑期档的空间也所剩无几。

《喜羊羊》系列电影的相关负责人告诉记者,随着

动画片在国产电影份额中的稳定和发展,会有越来越多的片方投资动画片,“2011年国产电影在暑期档的扎堆上映只是一个开始,往后的情形将更加百舸争流,因此,选择合适的档期显得尤为重要”。

昨日刚刚带着孩子看了《喜羊羊4》的郝女士告诉记者,之所以每年都选择看“喜羊羊”,不但是因为孩子对这一系列动画形象非常熟悉、喜爱,而且也因为年底天寒地冻,孩子的娱乐项目非常少,去影院看一场适合孩子的电影,感受新年将到的快乐气氛,也不失为一种两全的选择,“放暑假的时候就不一样,夏天可以带孩子去公园、游泳、玩轮滑,

可玩的东西很多,不一定非得看电影”,郝女士这番话,从某种角度上解释了动画片在寒假大行其道的部分原因。

而《喜羊羊》的片方负责人对郝女士的观点表示赞同,动画片最恰当的档期就是孩子放假,暑假有紧迫补习升级压力,课外活动也多,寒假和春节期间就不同,所以《喜羊羊》系列坚持四年把档期定在寒假初期,“如果改在暑期档,不一定是正确的策略”。

“寒假”扎堆怎么办?

现实问题

问:随着《喜羊羊》系列连续四年在寒假期间成功“吸金”,以及3D《大闹天宫》首周末2000万的票房和2011年制作平平、口碑一般的动画片《熊猫总动员》4000多万的成绩,令越来越多中国动画人对潜在的寒假“票仓”跃跃欲试。与长达两个月暑假相比,仅20多天、且已被《喜羊羊》稳坐“山头”的寒假,是否能容纳更多的动画片?

成功者说

答:尽管吴鹤沪认为应保持谨慎,避免出现扎堆上映、恶性竞争现象,但《喜羊羊》的片方负责人则持乐观态度,“我认为只要影片品质过硬、适合观众口味,寒假期间,还是可以容纳两三部动画片”。不过,这位片方负责人提出国产动画片还是要“精耕细作”,“如果在寒假初期上映,会和《喜羊羊》相撞。如果太靠近春节,媒体宣传系统及发行都处于半休假、半工作状态,这给一些没有品牌基础的动画片造成限制。总而言之,最重要的还是前期做好品牌积累,才有动画大电影的爆发”。

