

A large, abstract geometric graphic on the left side of the page, composed of various shades of gray polygons and a network of black dots connected by thin lines, resembling a wireframe or a data visualization.

2022

春节档中国电影市场报告

艺恩出品 2022年

目录 CONTENTS

- 01 ● 春节档电影市场分析
- 02 ● 春节档电影区域放映情况
- 03 ● 春节档电影放映市场分析
- 04 ● 春节档重点影片分析



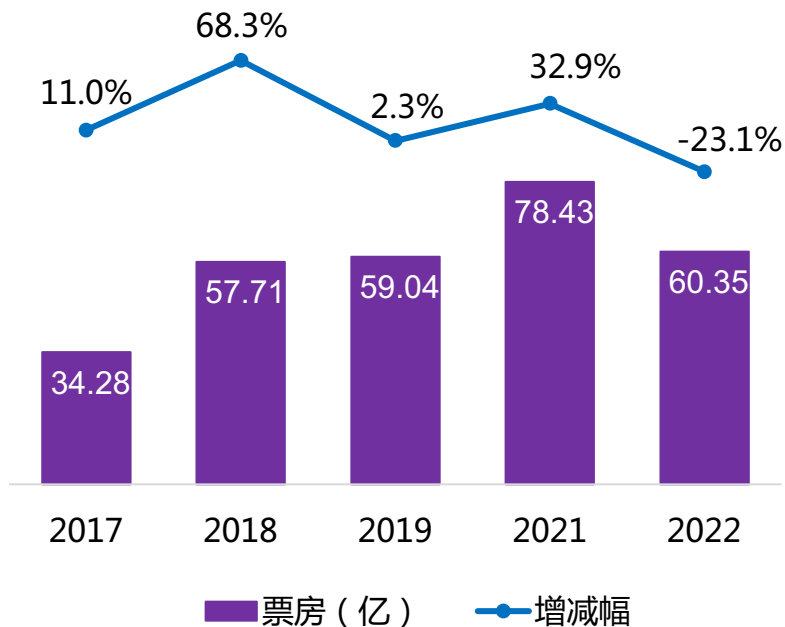
01 春节档电影市场分析

春节档七天总票房60.35亿，创档期影史第二成绩

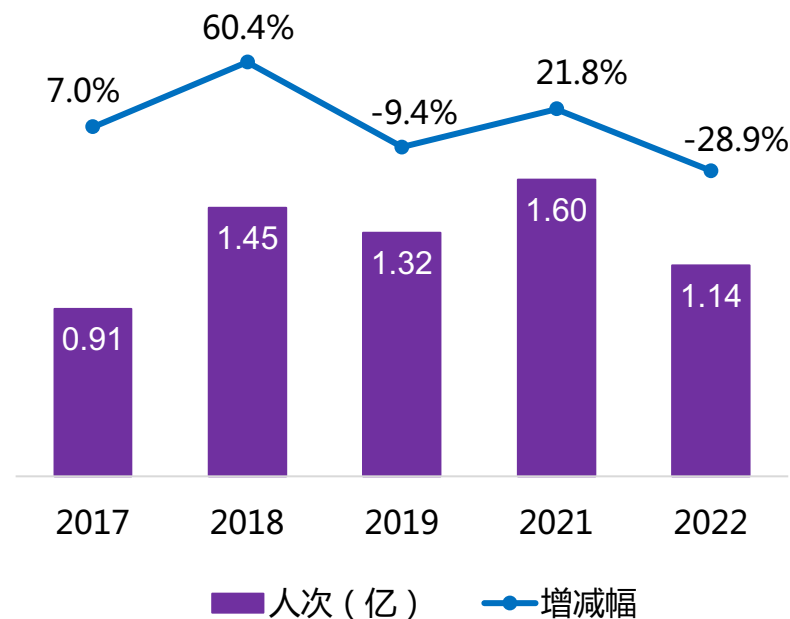


- ◆ 2022年春节档七天报收总票房60.35亿，同比下降23.1%，居档期影史第二；
- ◆ 档期观影人次流失明显。总观影人次1.14亿，同比下降28.9%，回落至2018年以前水平。

2017-2022年春节档电影总票房



2017-2022年春节档电影总人次



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

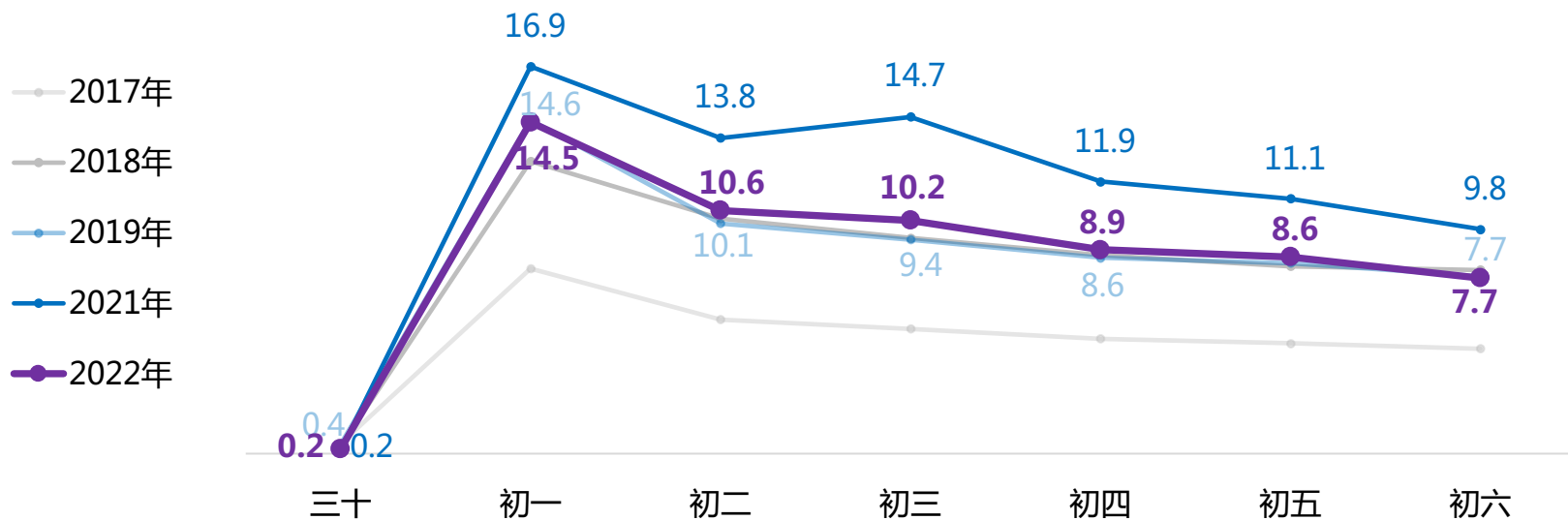
首三天单日票房突破10亿，整体走势相对稳健



- ◆ 大年初一单日票房14.5亿，同比2021年下降14.4%，与2019年基本持平；
- ◆ 首三天单日票房均超10亿，后续走势相对稳健，与初二后票价逐渐合理性下调有关。

2017-2022年春节档日票房走势

单位：亿



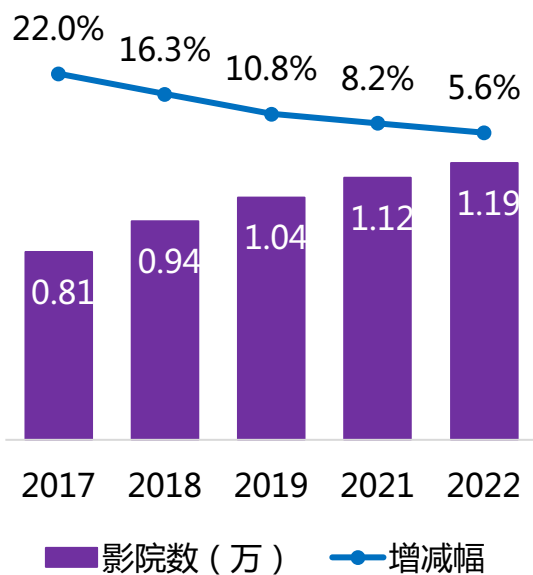
2022年	较2021年	+31.4%	-14.4%	-23.0%	-30.8%	-25.1%	-22.8%	-21.7%
	较2019年	-50.2%	-0.6%	+5.6%	+9.0%	+4.1%	+3.4%	-0.9%

source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

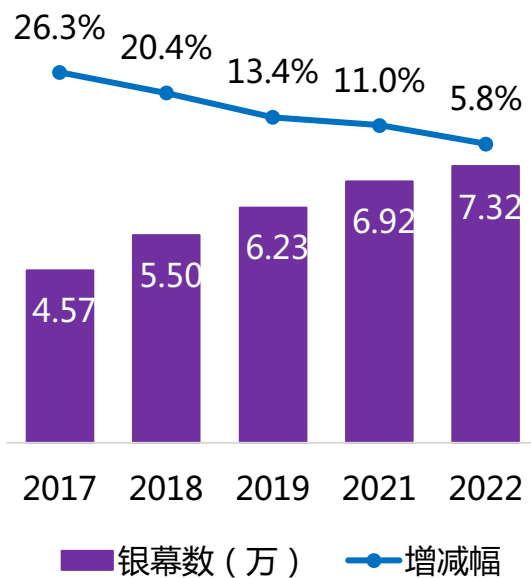
春节档在映影院规模增速持续放缓

- ◆ 在映影院数量1.19万，同比2021年小幅增长5.6%；
- ◆ 银幕数量7.32万块，平均单影院银幕数6.17块，多厅影院建设仍主导影院增长。

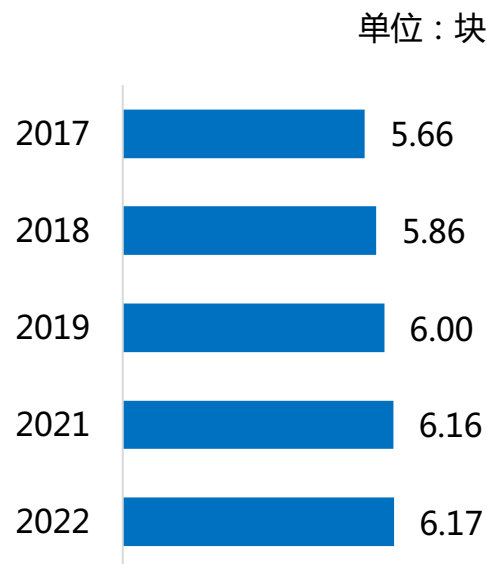
2017-2022年春节档在映影院数



2017-2022年春节档在映银幕数



2017-2022年春节档平均单影院银幕数



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

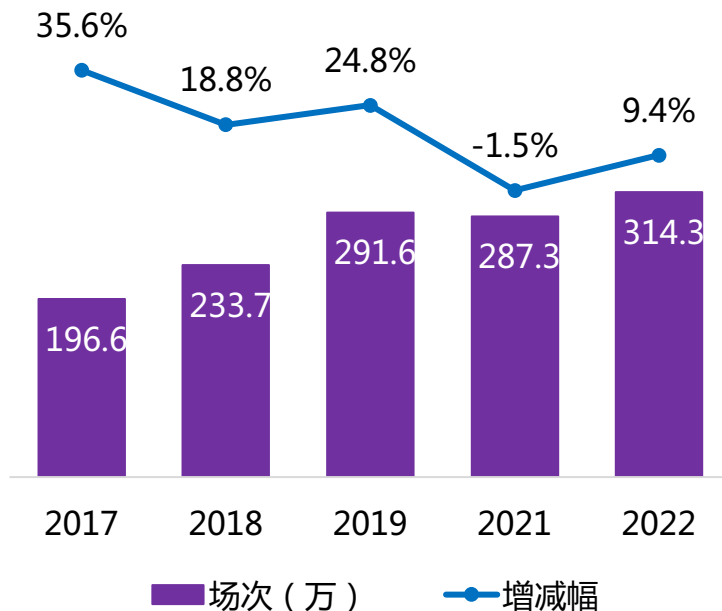
档期新片场均时长同比有所回落，场次增长超银幕增长

- ◆ 档期新片场均时长同比有所回落。2022年春节档上映新片场均时长120分钟，较2021年缩短8分钟。头部影片《长津湖之水门桥》片长149分钟，为近6年时长最长；
- ◆ 档期总场次增幅超在映银幕增速。2022年春节档放映总场次314.3万，同比增长9.4%，超5.8%的在映银幕增速。

2017-2022年春节档新片场均时长



2017-2022年春节档总场次



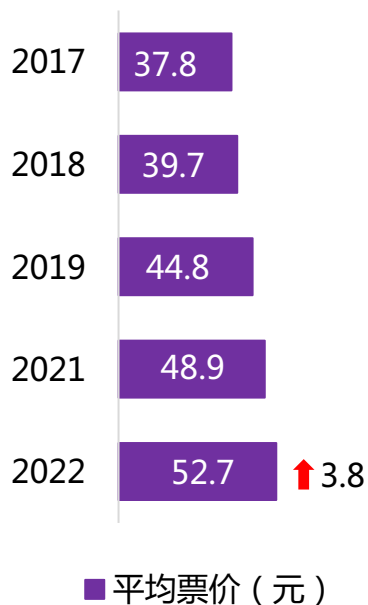
source：艺恩电影智库，艺恩娱数 春节档新片场均时长=档期内新片放映总时长/新片总场次；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

平均票价突破50元，市场驱动票价自发调整

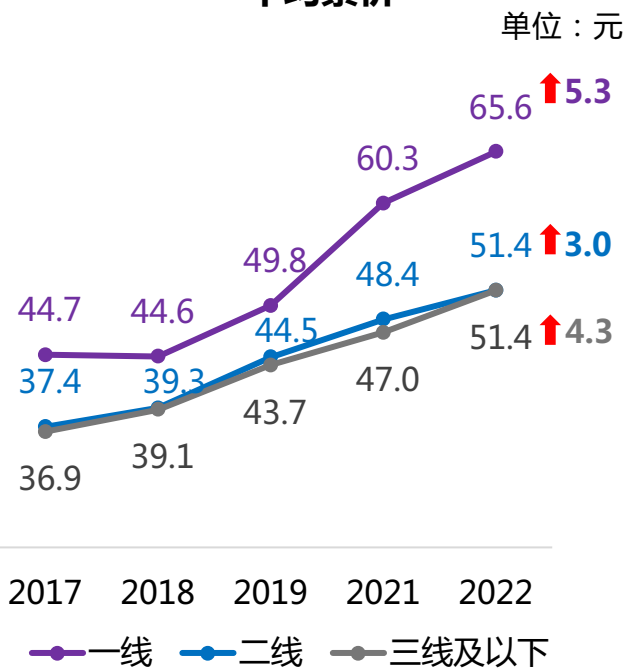


- ◆ 档期平均票价再创新高。2022年春节档平均票价52.7元，较2021年提升3.8元；
- ◆ 三线以下城市票价追平二线，一线票价增长最多。2022年春节档三线以下票价51.4元，较2021年提升4.3元，追平二线；一线平均票价65.6元，较2021年增长5.3元；
- ◆ 市场驱动影院票价自发调整。自初二起，片方及影院自发调整票价，档期内票价回落6.5元。

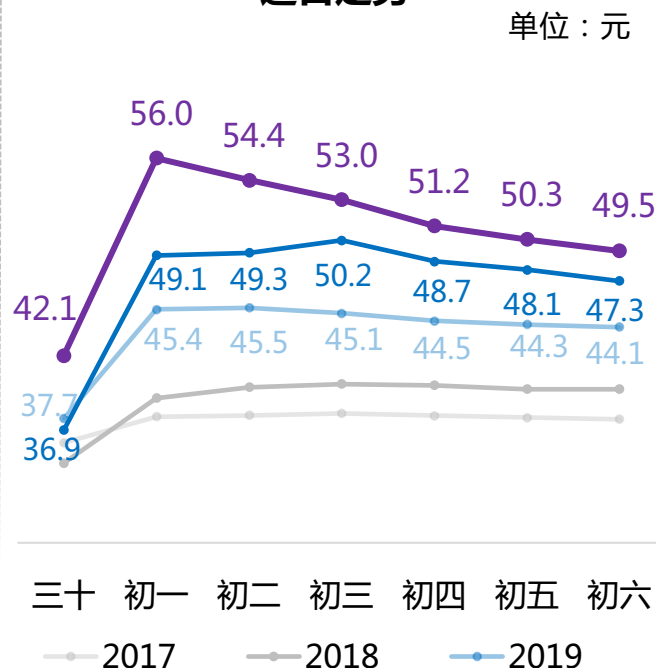
2017-2022年春节档平均票价



2017-2022年春节档分线级城市平均票价



2017-2022年春节档平均票价逐日走势



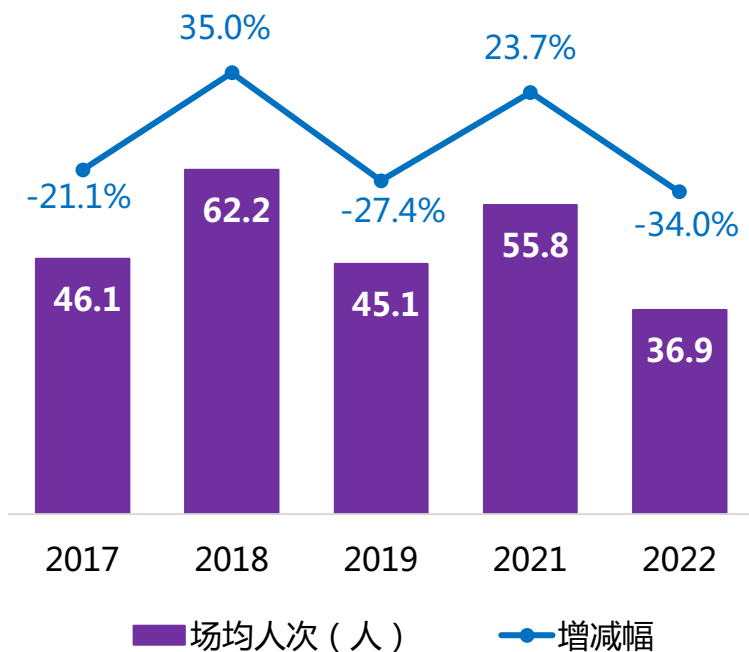
source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票价数据含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

人次下滑带来单厅收益锐减，影院经营压力加剧

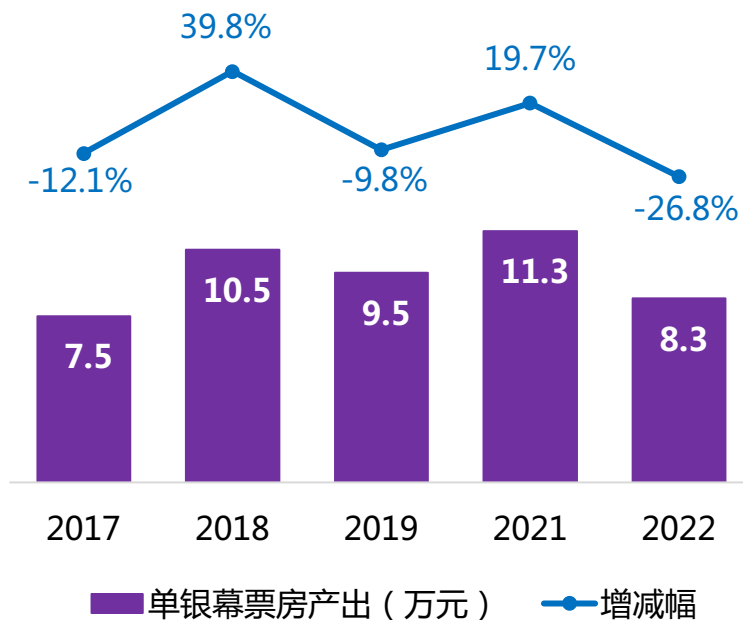


- ◆ 场均人次创近6年新低。2022年春节档场均人次36.9人，同比2021年大幅下滑34%；
- ◆ 票价增长并未弥补场均人次下滑带来的收益损失，加之银幕增长进一步摊薄单厅收益。2022年春节档单银幕产出8.3万元，同比2021年下降26.8%，为近5年最低。

2017-2022年春节档场均人次



2017-2022年春节档单银幕票房产出



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

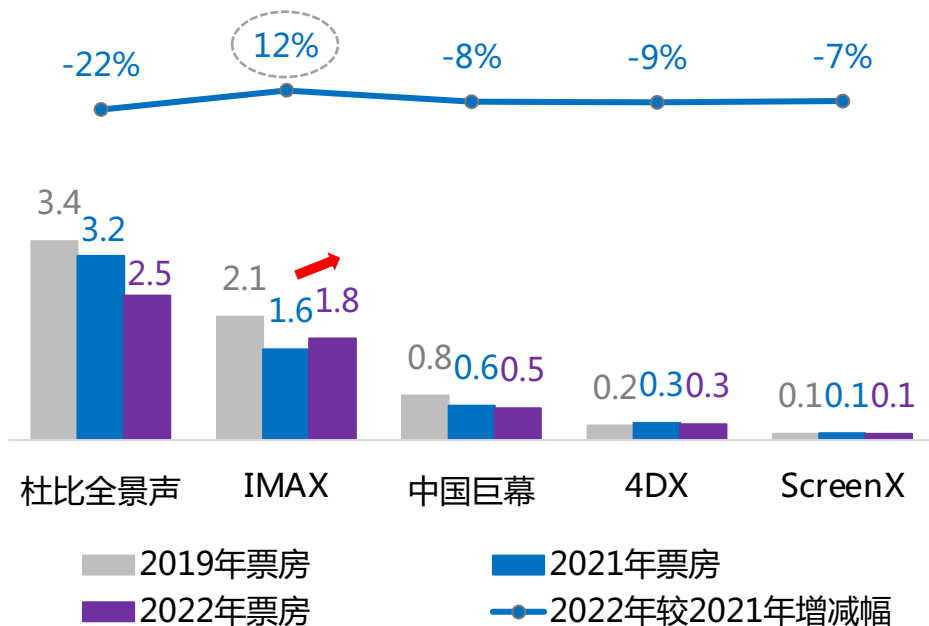
《长津湖之水门桥》 带动IMAX档期票房同比增长，创IMAX春节档历史第二成绩



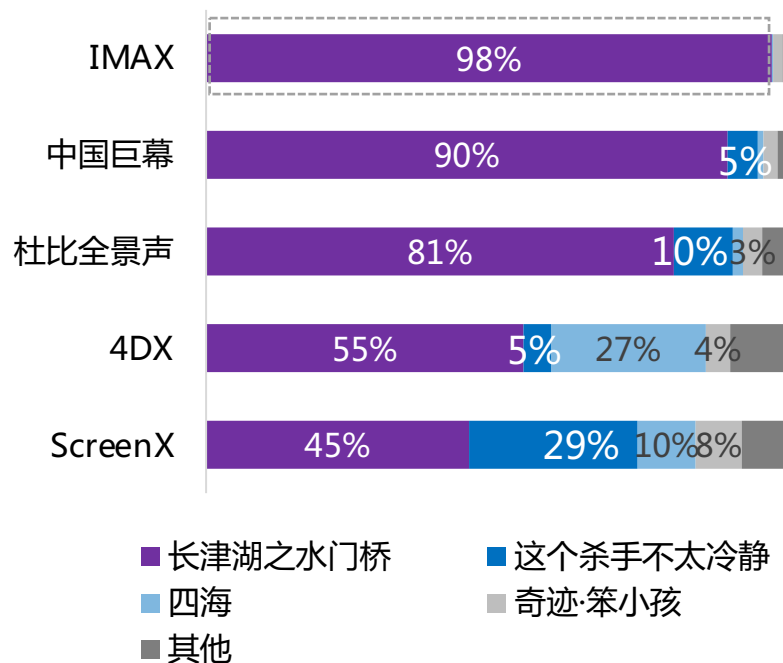
◆ IMAX实现同比票房增长，并创下IMAX历史春节档票房第二成绩。2022年春节档IMAX票房1.8亿，同比2021年提升12%，票房成绩仅低于2019年；《长津湖之水门桥》凭借IMAX特制版本贡献IMAX档期总票房超98%。

2019-2022年春节档部分特殊厅票房

单位：亿



2022年春节档部分特殊厅票房结构



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

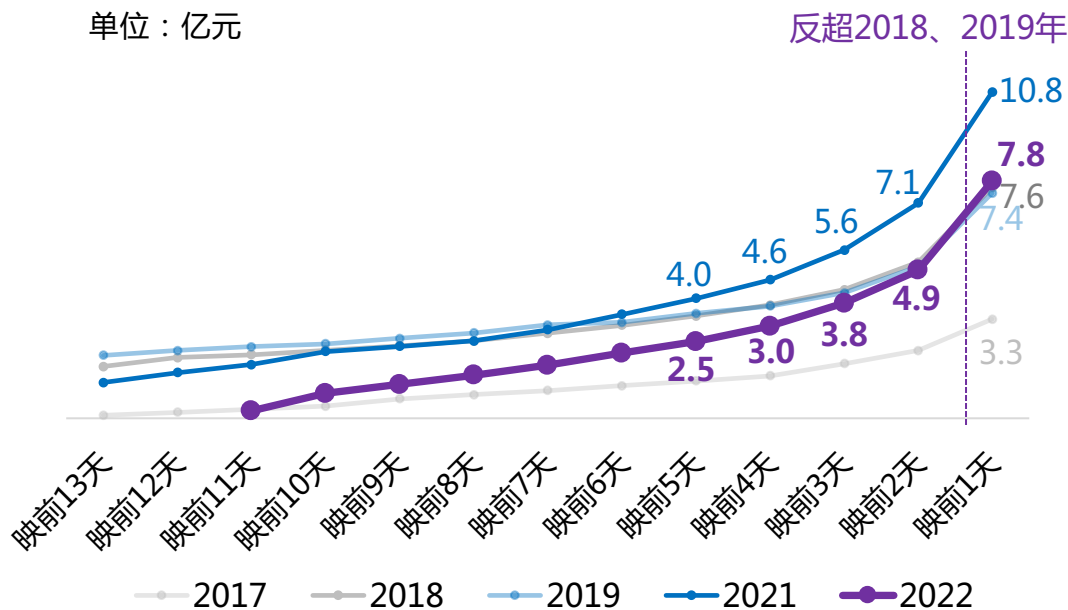
预售开启时间较晚，冲刺势能不及2021年

- ◆ 新片预售开启时间晚于往年。2022年春节档新片映前11天启动预售，较2021年晚3天；
- ◆ 后期预售增速提升明显，但冲刺能力不及2021年。2022年春节档大年初一总预售7.8亿，映前1天反超2018、2019年，但预售日增较2021年仍存在一定差距。

2017-2022年春节档新片预售开启时间

2017年	映前 16 天
2018年	映前 28 天
2019年	映前 26 天
2021年	映前 14 天
2022年	映前 11 天

2017-2022年春节档大年初一累计预售走势



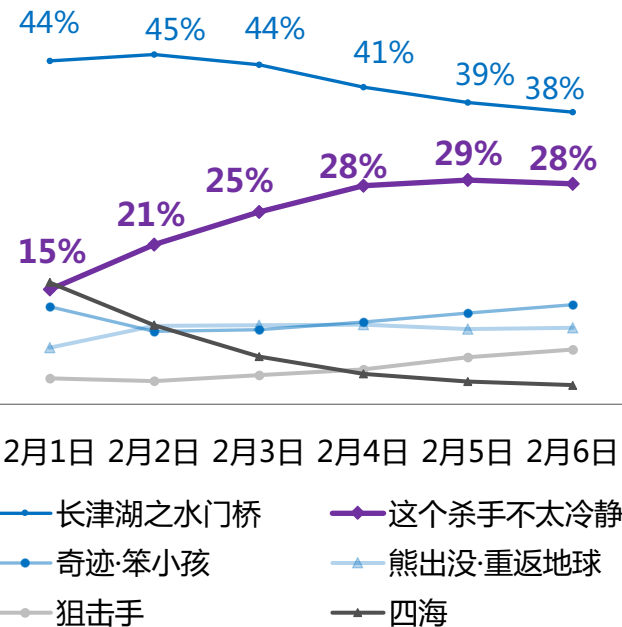
source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

头部影片更迭带来前期场次耗损，加之题材审美疲惫，票房势能弱于2021年

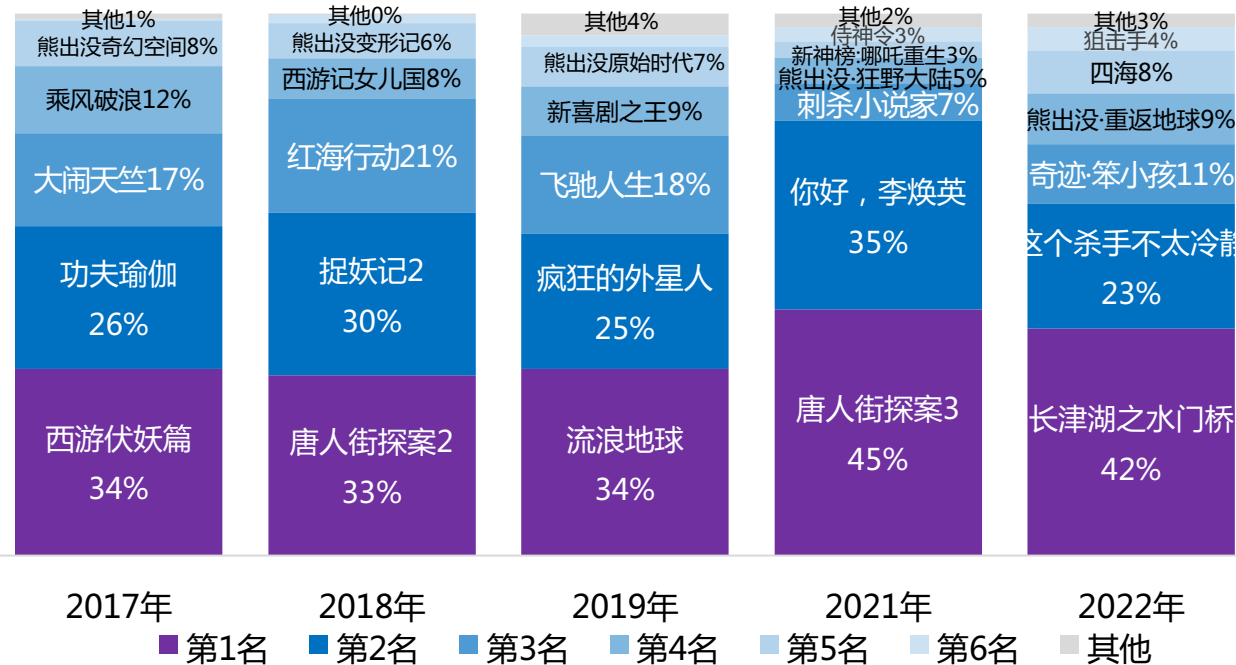


◆ 2021年春节档《唐人街探案3》、《你好，李焕英》头部地位坚挺，相比之下，2022年春节档开画第二的《四海》口碑失利，《这个杀手不太冷静》后续逐渐补位，带来前期场次耗损；加之档期供片娱乐性不足，持续性题材审美疲惫，造成整体票房势能弱于2021年。

2022年春节档重点影片票房占比



2017-2022年春节档影片票房结构



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

头部双片档期内破10亿

- ◆ 《长津湖之水门桥》稳居档期票房首位，档期内票房25.34亿；《这个杀手不太冷静》后来居上，票房13.9亿，逆袭至档期第二；《奇迹·笨小孩》后期口碑发酵带动小幅逆袭，票房6.69亿，居档期第三；《熊出没》系列保持春节动画绝对头部，票房5.63亿，居档期第四。

2022年春节档票房TOP10影片



1 《长津湖之水门桥》
档期票房 25.34亿
累计票房 28.66亿



2 《这个杀手不太冷静》
档期票房 13.90亿
累计票房 16.41亿



3 《奇迹·笨小孩》
档期票房 6.69亿
累计票房 8.00亿

排名	影片名称	档期票房 (亿)	累计票房 (亿)
4	熊出没·重返地球	5.63	6.61
5	四海	4.76	4.92
6	狙击手	2.64	3.27
7	喜羊羊与灰太狼之筐出未来	0.88	1.14
8	小虎墩大英雄	0.18	0.18
9	汪汪队立大功大电影	0.07	0.78
10	好想去你的世界爱你	0.05	0.05



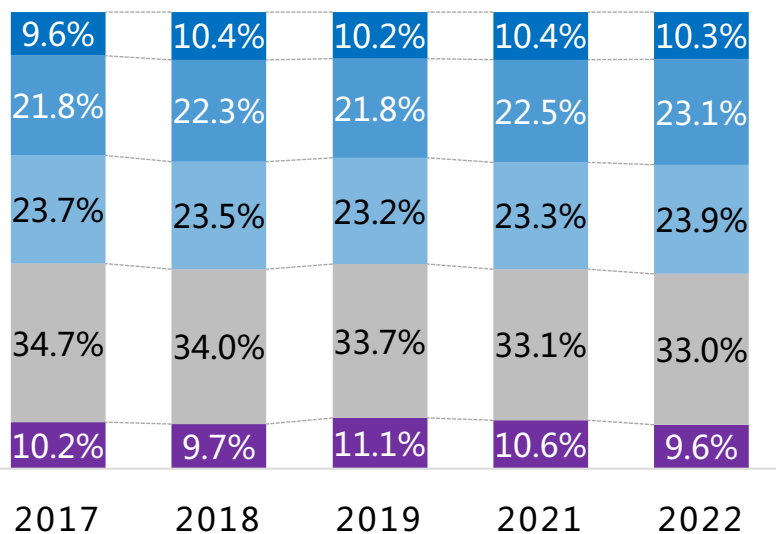
02 春节档电影区域放映情况

档期下沉比例逐年攀升，下沉峰值较往年有所后置

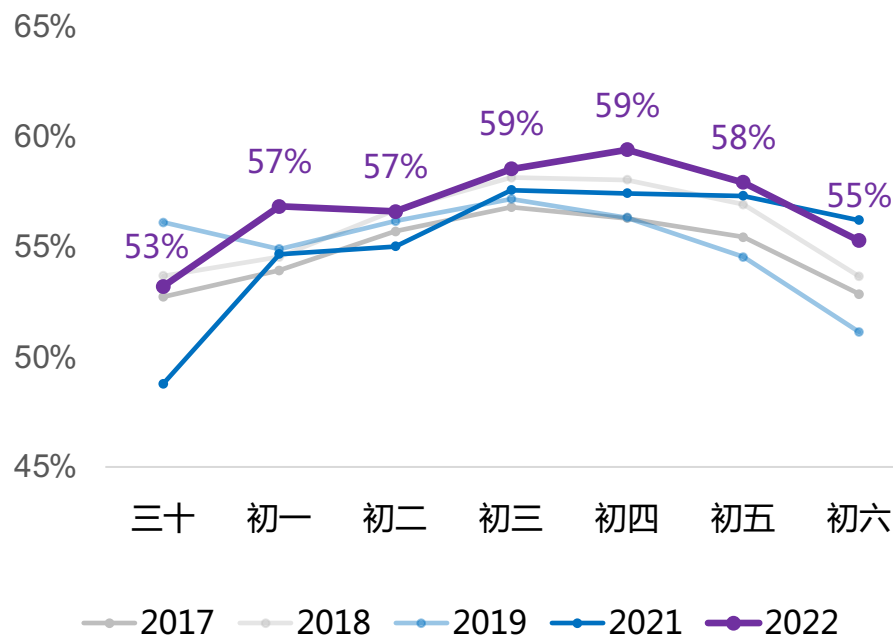


- ◆ 档期票房结构持续逐年下沉趋势。2022年春节档三线及以下城市人次贡献57.3%，较2021年的56.3%提升1.0个百分点；
- ◆ 下沉峰值有所后置。2022年春节档三线以下人次峰值在大年初四，较往年后置1天。

2017-2022年春节档分级城市人次结构



2017-2022年春节档三线及以下城市人次占比走势



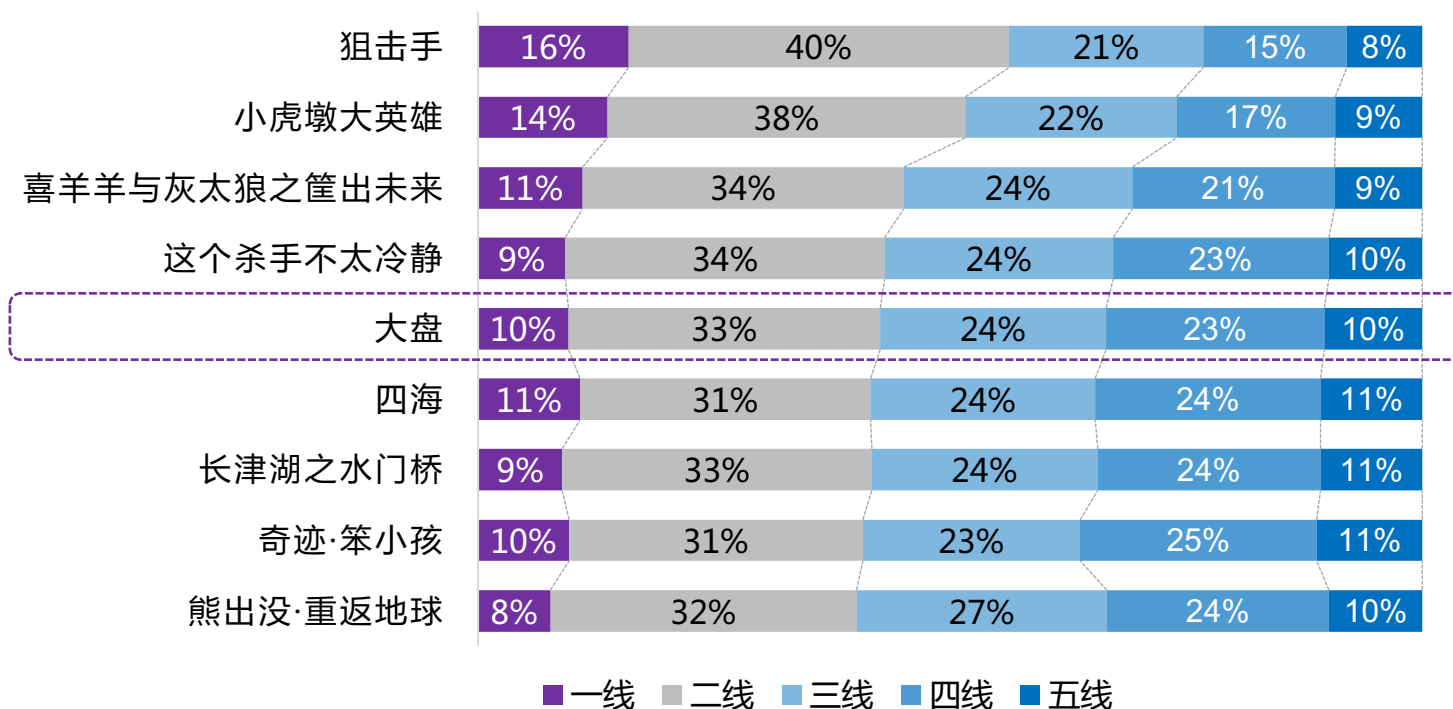
source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

《熊出没》《狙击手》 《奇迹·笨小孩》《小虎墩大英雄》 《水门桥》主打下沉市场， 《小虎墩大英雄》主打一二线



- ◆ 《熊出没·重返地球》《奇迹·笨小孩》《长津湖之水门桥》《四海》下沉优势高于一二线；
- ◆ 《狙击手》《小虎墩大英雄》《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》自身在一二线吸引力更高；
- ◆ 《这个杀手不太冷静》人次结构与大盘相当。

2022年春节档新片分级城市人次结构



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；2022年春节档数据统计时间为2022年1月31日-2月6日

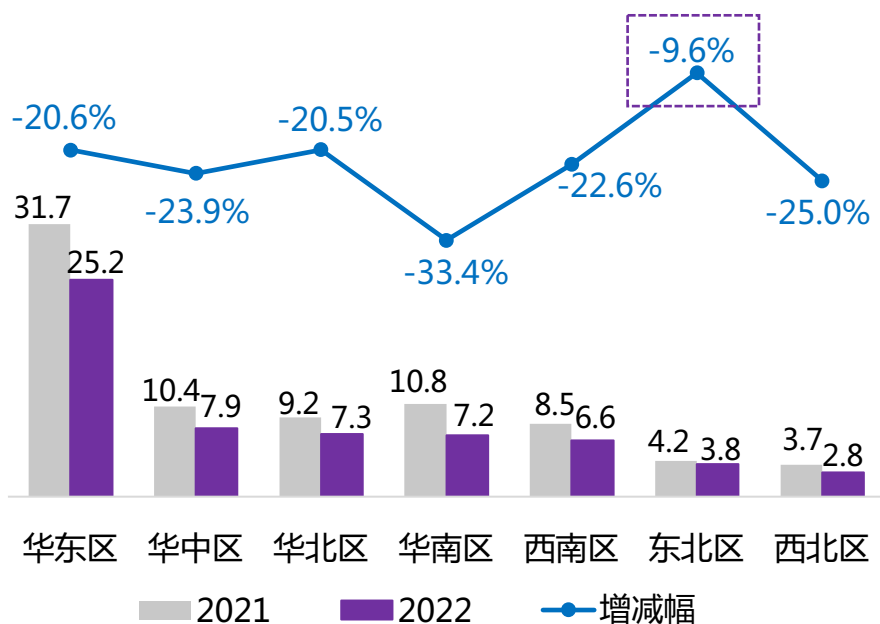
东北区疫情恢复好于2021年，票房同比跌幅最小



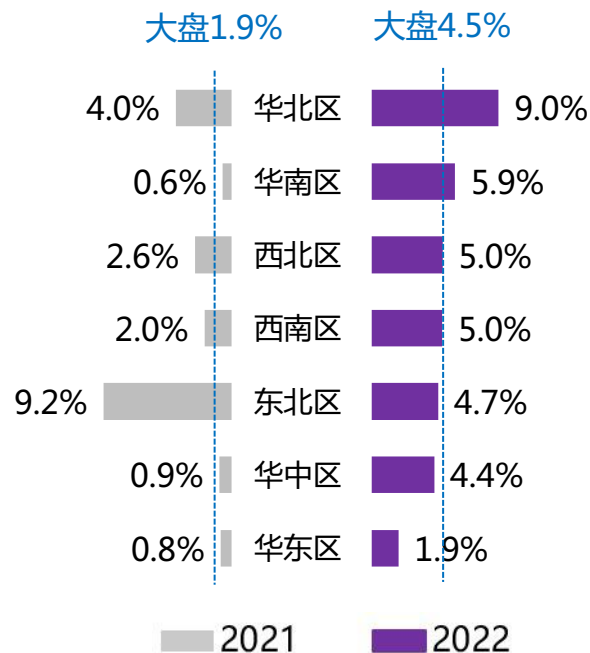
- ◆ 2022年春节档东北区票房跌幅相对最小，疫情恢复为原因之一。2021年春节期间东北区关停2天及以上影院占比9.2%，这一数字在2022年降低到4.7%；
- ◆ 华南区票房跌幅相对较大。2022年春节档华南区票房7.2亿，同比下降33.4%。

2021 VS. 2022春节档七大区票房分布

单位：亿元



2021 VS. 2022年春节档关停2天及以上的影院比例

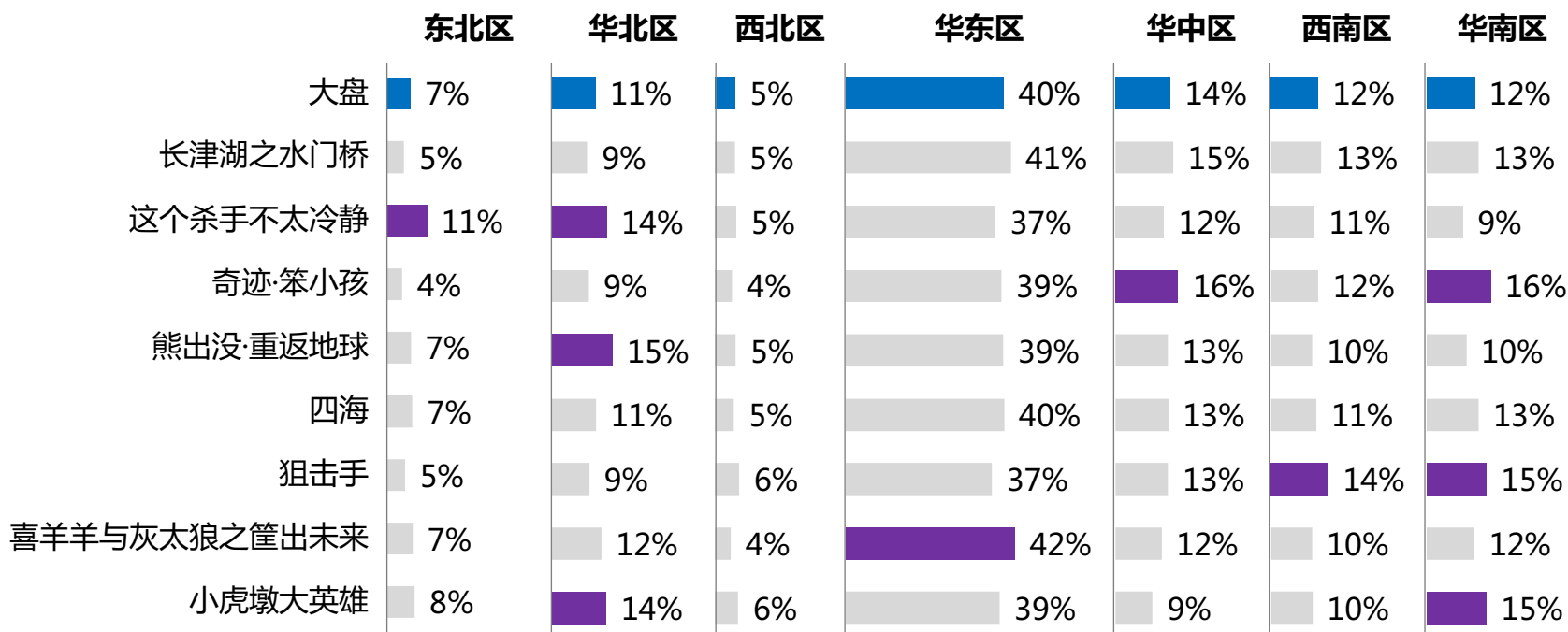


《奇迹·笨小孩》《狙击手》优势集中在南方地区， 《这个杀手不太冷静》《熊出没》优势在北方地区



- ◆ 《这个杀手不太冷静》自身在东北、华北更具优势；《奇迹·笨小孩》自身在华中、华南区更具优势；《熊出没·重返地球》保持系列特点，在华北区更叫座；《四海》各大区吸引力相对均衡；《狙击手》在西南、华南区更具吸引力；《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》优势区域在华东；《小虎墩大英雄》在华北、华南更具吸引力。

2022年春节档新片七大区人次结构

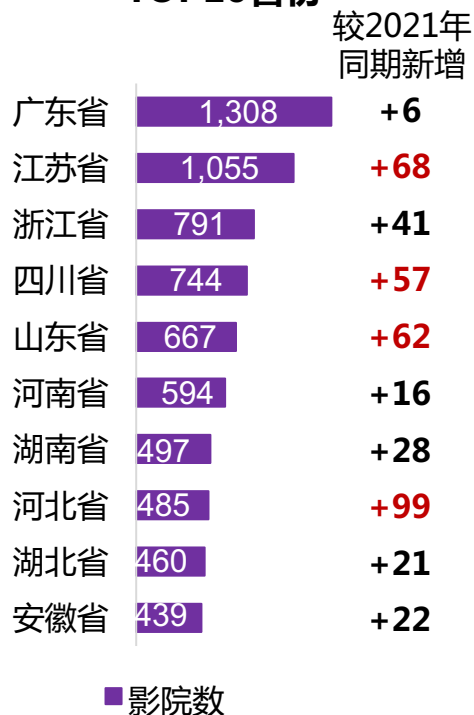


source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；2022年春节档数据统计时间为2022年1月31日-2月6日

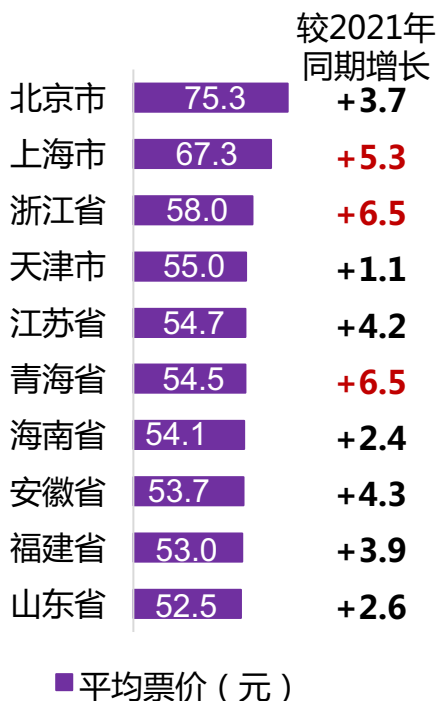
江苏省保持档期票房首位，北京市票价最高

- ◆ 2022年春节档广东、江苏在映影院规模最大，均在上千家；
- ◆ 北京市票价最高；浙江省、青海省票价增长最明显，其次是上海；
- ◆ 江苏省稳居票房首位，票房份额11.9%；头部省份中，广东、河南、浙江票房下滑最明显。

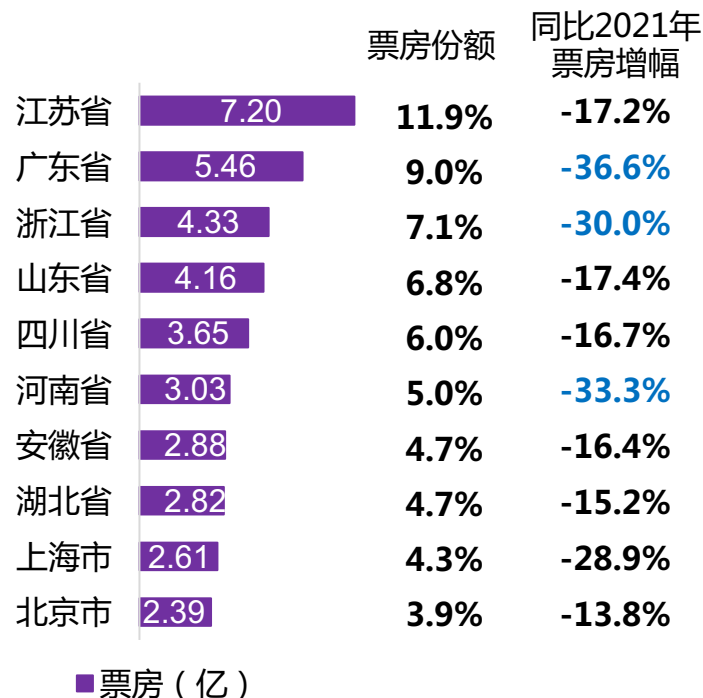
2022年春节档在映影院规模TOP10省份



2022年春节档平均票价TOP10省份



2022年春节档票房TOP10省份

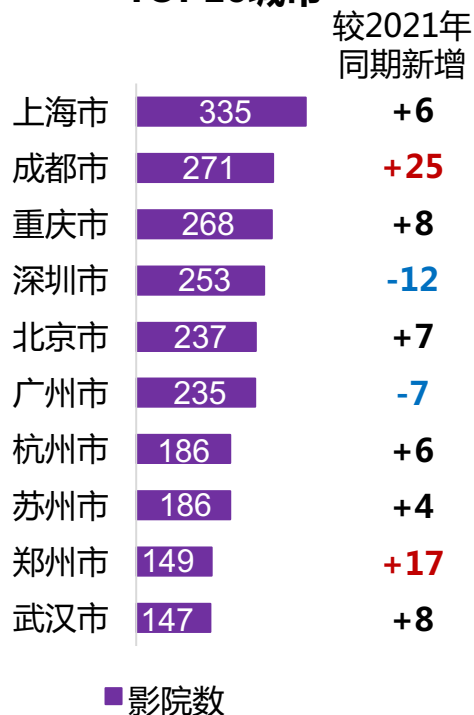


上海市稳居档期票房首位，深圳市票房同比跌幅明显

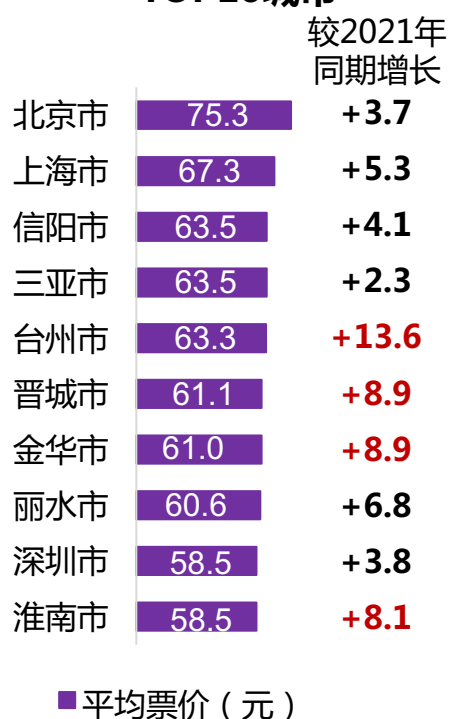


- ◆ 2022年春节档上海市在映影院规模最大，在映影院335家；
- ◆ 票价最高的10个城市中，台州市票价较2021年增长最大；
- ◆ 上海市稳居票房首位，票房份额4.3%；头部城市中，深圳市票房下滑最明显，其次是杭州。

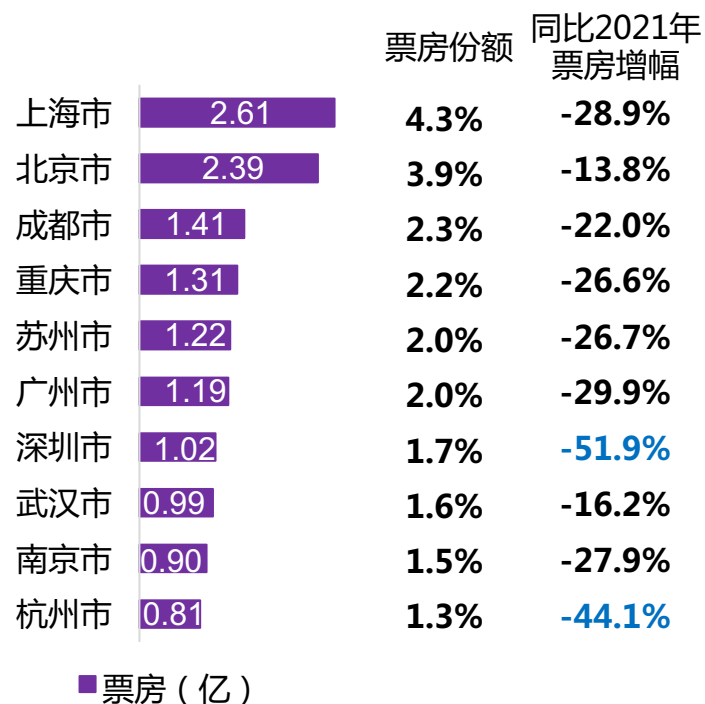
2022年春节档在映影院规模TOP10城市



2022年春节档平均票价TOP10城市



2022年春节档票房TOP10城市



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据含服务费；2022年春节档数据统计时间为2022年1月31日-2月6日



03 春节档电影放映市场分析

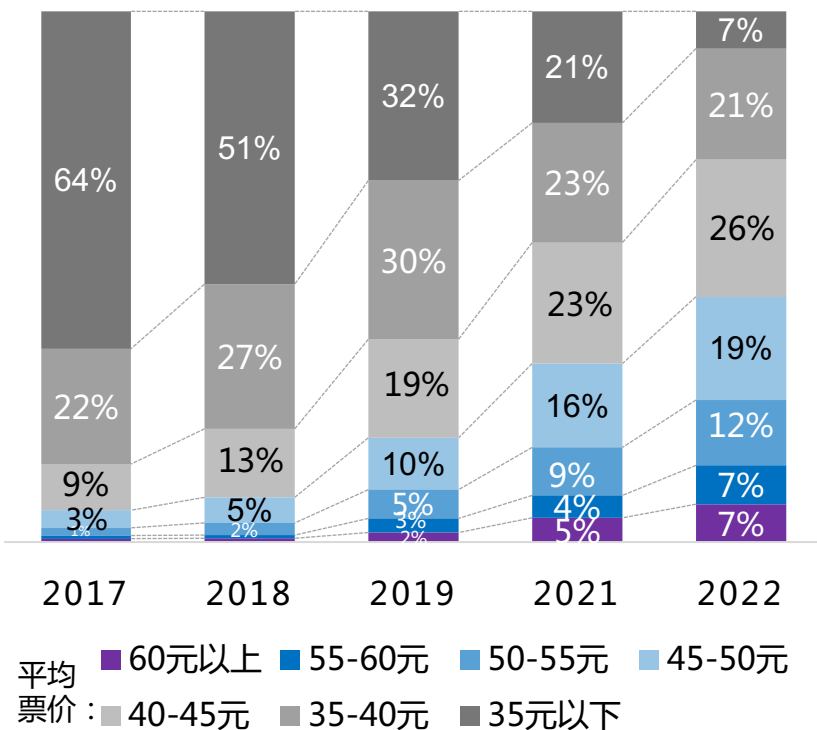
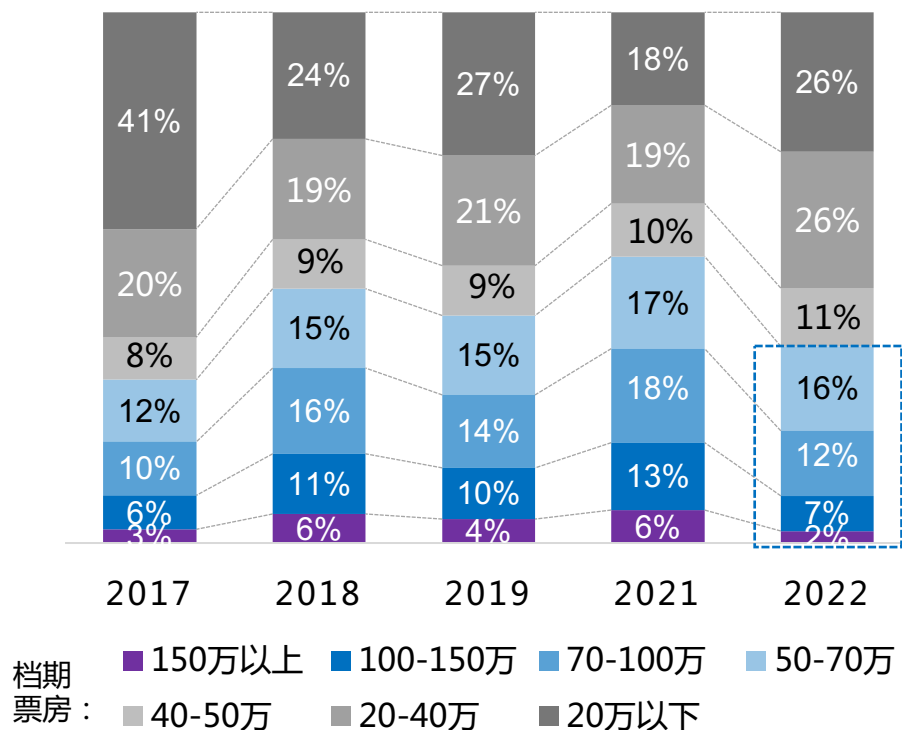
中高票房体量影院数量创近五年新低，平均票价40元以下影院不到三成



- ◆ 档期票房50万以上的影院数量4392家，占比总影院数量的37%，比例为2018年以来最低；
- ◆ 平均票价40元以下影院数量仅占28%，6年来缩减近七成。

2017-2022年春节档各票房体量影院数量分布

2017-2022年春节档不同票价影院数量分布



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房、票价数据均不含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

TOP10影院北京占8席，首位影院坚挺



- ◆ 2022年春节档票房TOP10影院中，北京占8席；院线中万达最多，占3席，其次是金逸珠江，占2席；
- ◆ 北京英嘉国际影城（金源NEW CINITY店）保持春节档期第一，其他头部影院排名更迭明显。

2022年春节档票房TOP10影院

	2022年春节档 累计票房（万） （不含服务费）	2022年春节 档票房排名	2021年春节 档票房排名	平均票价（元） （不含服务费）	所属城市	所属院线
北京英嘉国际影城（金源NEW CINITY店）	367.6	1	1	105.3	北京市	中影星美
北京石景山万达广场店	348.8	2	34	93.5	北京市	万达院线
首都电影院西单店	314.1	3	55	79.7	北京市	北京新影联
北京通州万达广场店	309.2	4	19	87.8	北京市	万达院线
北京市金泉港国际影城	294.4	5	7	69.8	北京市	华夏联合
广州金逸--无锡光美金逸影城	288.0	6	3	57.4	无锡市	金逸珠江
金逸北京荟聚IMAX店	284.8	7	15	68.8	北京市	金逸珠江
卢米埃北京长楹天街IMAX影城	281.1	8	17	85.7	北京市	中影数字
北京万达影城天通苑龙德广场店	274.9	9	31	83.0	北京市	万达院线
武商摩尔国际电影城	265.5	10	10	47.5	武汉市	湖北银兴

source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房、票价数据均不含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

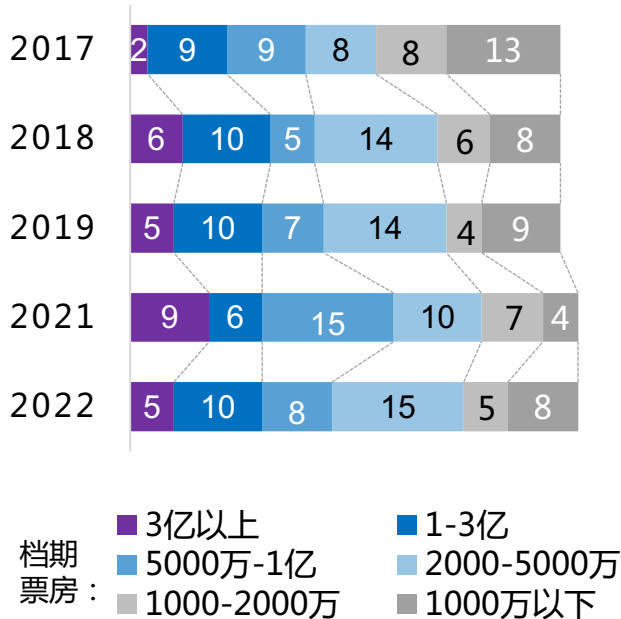
头部院线数量与2019年相当，文投院线平均票价最高



- ◆ 春节档头部票房体量院线数量较2021年缩水明显，与2019年同期相当；
- ◆ 平均票价50元以上院线12家，其中文投院线票价最高，万达院线票价较2021年增长相对最多。

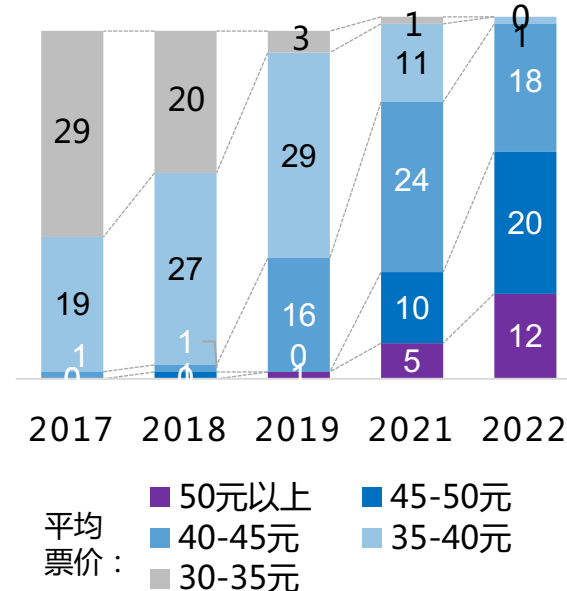
2017-2022年春节档各票房体量院线数量

单位：家

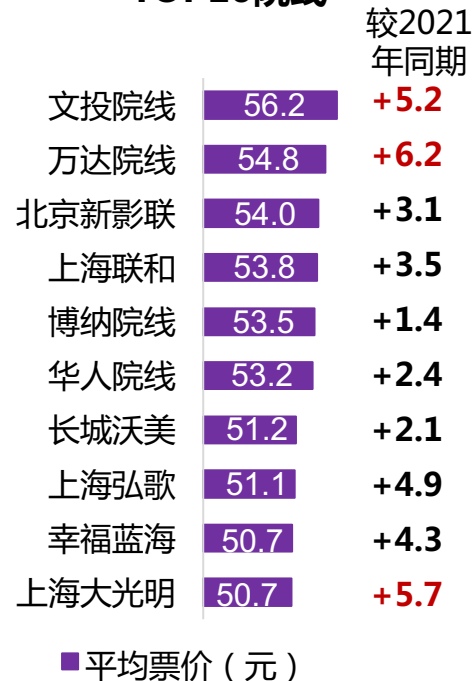


2017-2022年春节档各平均票价院线数量

单位：家



2022年春节档平均票价TOP10院线



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房、票价数据均不含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

万达院线稳居票房首位，在头部院线中运营效率最高

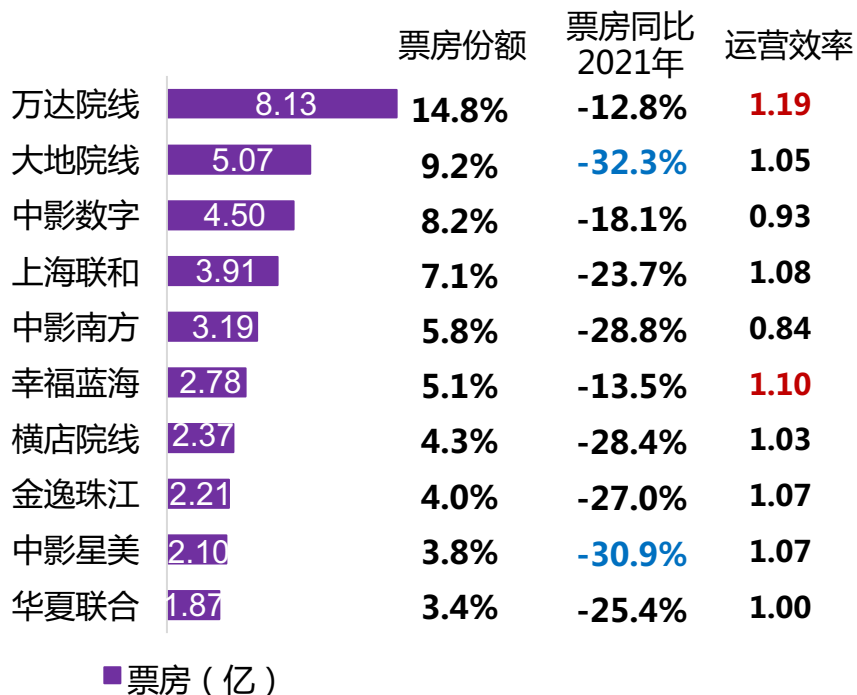


- ◆ 头部影院规模院线中，中影数字、万达院线新增在映影院最多；
- ◆ 2022年春节档票房TOP10院线中，万达院线票房及运营效率双高，大地、中影星美票房跌幅相对最多。

2022年春节档在映影院规模TOP10院线



2022年春节档票房TOP10院线



2022年春节档运营效率TOP10院线



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据不含服务费；各年春节档数据统计时间分别为：2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日；

运营效率=人次占比/场次占比

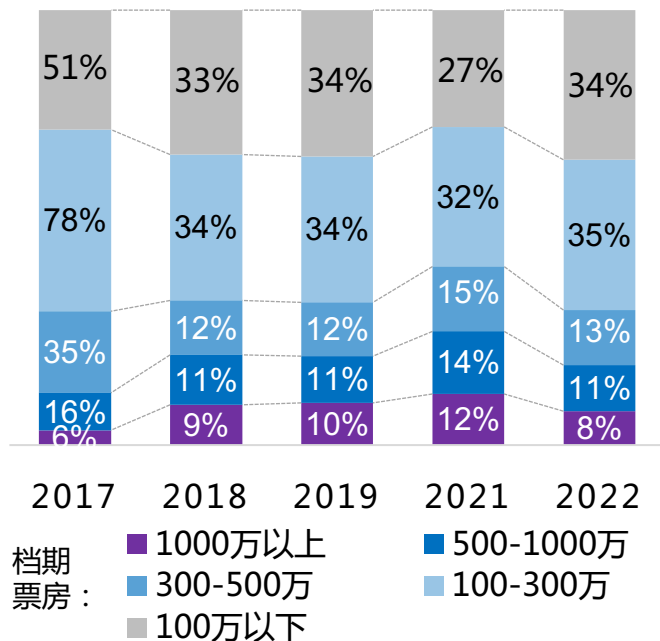
©2022.02 艺恩 ENDATA Inc.

职途圈官方微信：zhituquan
www.endata.com.cn

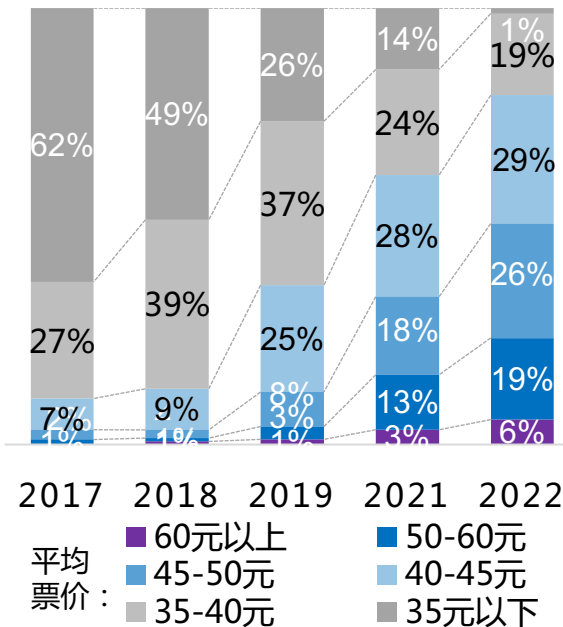
档期票房1000万以上影投数量近5年最低

- ◆ 2022年春节档1000万票房以上影投12家，较2021年的18家减少6家，为2018年以来最低；
- ◆ 影院规模5家及以上影投中，国文影城档期平均票价最高。

2017-2022年春节档各票房体量影投数量结构



2017-2022年春节档各平均票价影投数量结构



2022年春节档平均票价TOP10影投



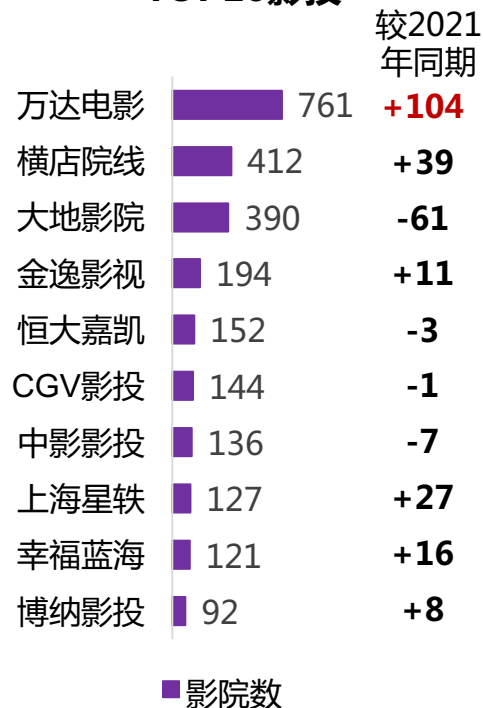
source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房、票价数据不含服务费；平均票价TOP10影投统计范围为：影院规模5家及以上影投；各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

万达电影影院规模及票房双高

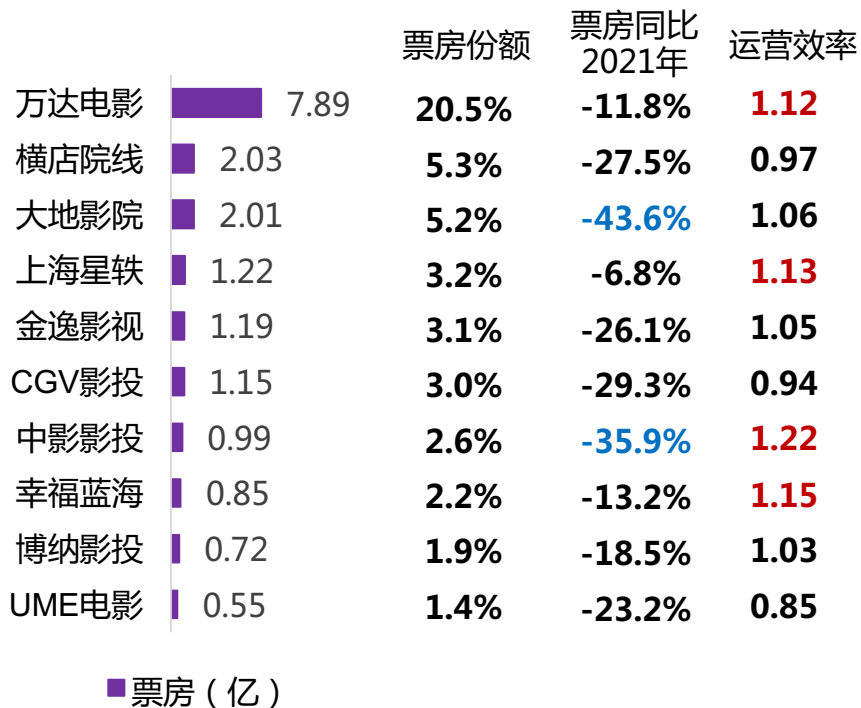


- ◆ 万达电影位居影投影院规模首位，在映影院761家，较2021年同期增长104家；
- ◆ 2022年春节档票房TOP10影投中，万达电影稳居首位，大地、中影影投票房跌幅相对最多；此外，中影影投在头部影投中运营效率最高，其次是幸福蓝海、上海星轶、万达电影。

2022年春节档在映影院规模TOP10影投



2022年春节档票房TOP10影投



2022年春节档运营效率TOP10影投



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据不含服务费；运营效率=人次占比/场次占比；运营效率TOP10影投统计范围为：影院规模5家及以上影投；

各年春节档数据统计时间分别为：2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日

©2022.02 艺恩 ENDATA Inc. 职途圈官方微信：zhituquan

www.endata.com.cn



04 春节档重点影片分析

《长津湖之水门桥》影片分析

基本信息

片名：《长津湖之水门桥》

国家地区：中国大陆

作品类型：剧情 / 历史 / 战争

上映日期：2022-02-01（中国大陆）

片长：149min

导演：徐克

主演：吴京、易烊千玺、朱亚文、李晨、韩东君、耿乐、杜淳、段奕宏、张涵予、杨一威、王丽坤等

发行公司：浙江博纳影视制作有限公司、华夏电影发行有限责任公司、中国电影股份有限公司北京电影发行分公司、阿里巴巴影业（北京）有限公司等

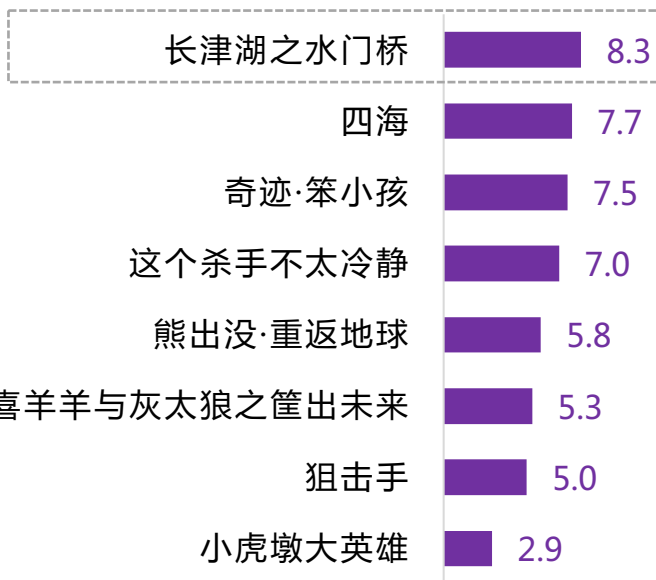


上映表现：延续系列超高热度，引爆首日开画票房



◆ 《长津湖之水门桥》映前19天定档，作为春节档定档最晚的影片凭借系列前作的超强用户基础，迅速引爆市场热度，映前7天艺恩购票指数日均8.3，首日预售3.28亿，首日票房6.41亿，居影史开画第二。

2022年春节档新片映前7天
购票指数均值



历史首日预售TOP10影片

排名	影片名称	首日预售 (亿元)
1	唐人街探案3	6.74
2	长津湖之水门桥	3.28
3	捉妖记2	2.94
4	复仇者联盟4：终局之战	2.52
5	疯狂的外星人	1.96
6	我和我的祖国	1.85
7	复仇者联盟3：无限战争	1.78
8	唐人街探案2	1.74
9	爱情公寓	1.68
10	你好，李焕英	1.65

历史首日票房TOP10影片

排名	影片名称	首日票房 (亿元)
1	唐人街探案3	10.11
2	长津湖之水门桥	6.41
3	捉妖记2	5.47
4	复仇者联盟4：终局之战	5.38
5	速度与激情8	4.17
6	疯狂的外星人	4.10
7	复仇者联盟3：无限战争	3.87
8	姜子牙	3.61
9	西游伏妖篇	3.56
10	速度与激情7	3.46

source：艺恩电影智库，艺恩娱数 票房数据截至2022年2月7日；票房数据含服务费

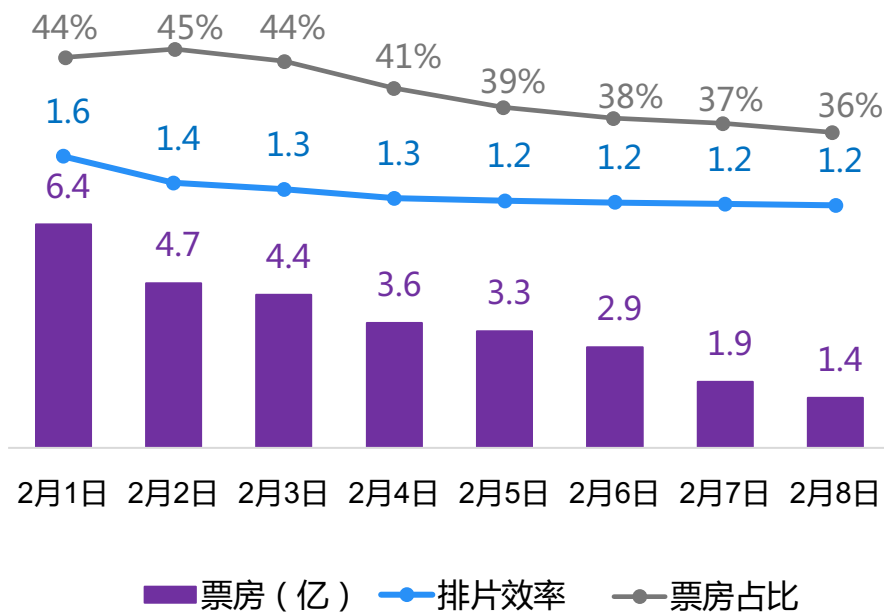
©2022.2 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com 职途圈官方微信：zhituquan

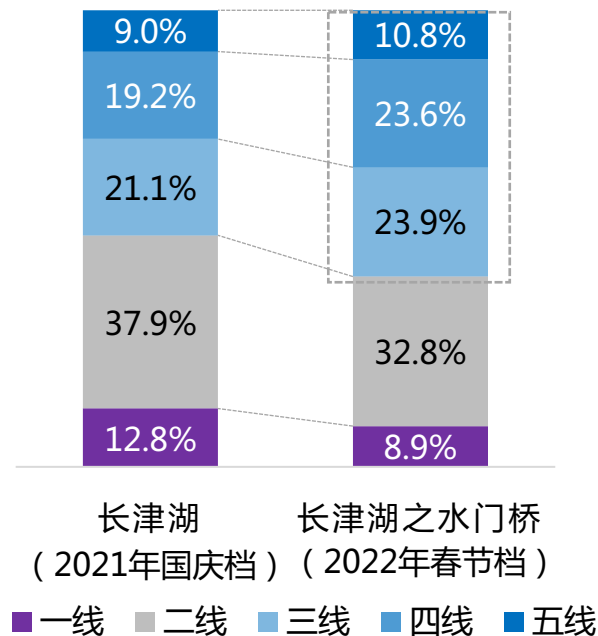
上映表现（续）：下沉优势发挥较前作更显著

- ◆ 《长津湖之水门桥》位居档期绝对头部，日票房占比保持在35%以上；
- ◆ 依托春节大盘下沉红利，《长津湖之水门桥》较前作在人次结构上更下沉。档期内三线以下人次占比58.3%。

《长津湖之水门桥》上映市场表现



《长津湖》系列档期内分级城市人次结构



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 排片效率=人次占比/场次占比；票房数据含服务费；2022年春节档数据统计时间为2022年1月31日-2月6日，2021年国庆档统计时间为2021年10月1日-10月7日

营销亮点：持续性营销形成情绪延续，深度捆绑前作突出全面升级



◆ 系列续作通过与前作形成互文的持续性营销，有效实现情绪延续；并通过捆绑前作内容侧重突出全方面升级，最大限度调动了观众对续作的期待。



情感延续

延续前作先人的寄托



揭晓续作中前作延续的伏笔，承载先人寄托继续战斗

延续追求真实的敬业精神



李晨续作拍摄中学习雷公追求细节

延续集体忆苦思甜



为前作中吃冻土豆网友送上红围巾

延续对革命先烈的缅怀

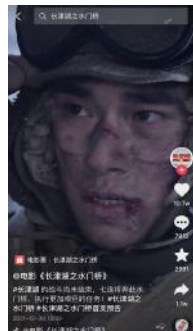


革命前辈讲述真实历史



内容升级

任务更艰巨



突出敌我势力悬殊

环境更艰苦



展现凛冽极寒的条件

战斗更惨烈



以实拍场面强化战火凶猛

牺牲更动容



通过人物系列作品前后对比等方式传递角色的舍身忘死

《这个杀手不太冷静》影片分析



基本信息

片名：《这个杀手不太冷静》

国家地区：中国大陆

作品类型：喜剧

上映日期：2022-02-01（中国大陆）

片长：109min

导演：邢文雄

主演：马丽、魏翔、陈明昊、周大勇、黄才伦、黄海宝、韩笑、艾伦等

发行公司：天津猫眼微影文化传媒有限公司、新丽传媒集团有限公司、西虹市影视文化（天津）有限公司等

上映表现：春节唯一喜剧，收获题材上的刚需红利

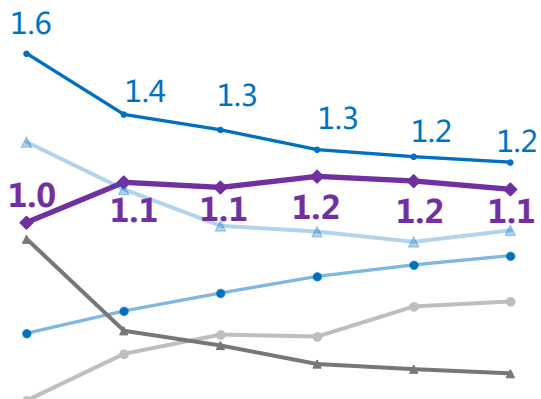


◆ 《这个杀手不太冷静》享受题材刚需红利，映后连续6天票房占比逆向增长，并加速排片快速调整，票房爆发力势不可挡。

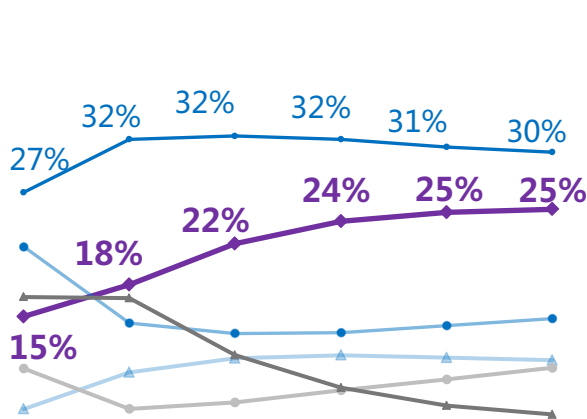
- **原因一**：映前强打幽默的《四海》上映后口碑崩盘、被撕去喜剧标签，《这个杀手不太冷静》一跃成为档期唯一喜剧；
- **原因二**：近年头部喜剧类型稀缺，在春节氛围下，观众对喜剧诉求越发强烈。

2022年春节档重点影片市场表现

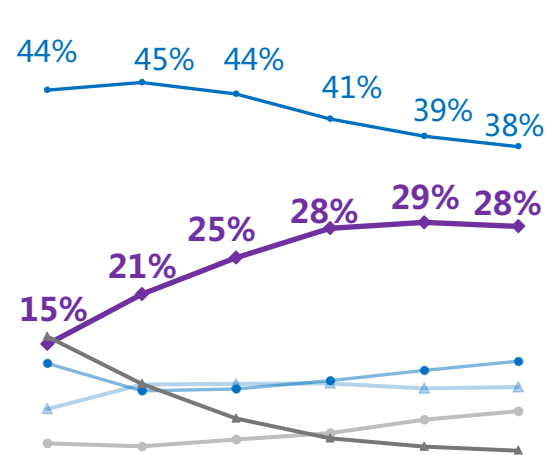
排片效率变动



排片变动



票房变动



2月1日 2月2日 2月3日 2月4日 2月5日 2月6日 2月1日 2月2日 2月3日 2月4日 2月5日 2月6日 2月1日 2月2日 2月3日 2月4日 2月5日 2月6日

—长津湖之水门桥 —这个杀手不太冷静 —奇迹·笨小孩 —熊出没·重返地球 —狙击手 —四海

source：艺恩电影智库，艺恩娱数 排片效率=人次占比/场次占比；数据截至2022年2月6日；票房数据含服务费

营销亮点：“先走肾、后走心”的渐进式营销，带动内容破圈传播



- ◆ 影片营销以“爆笑喜剧”为主基调，并在情感营销上放弃了“致敬梗”这一存在争议的营销方向，重点以“励志”为核心情绪，捆绑艺人与角色，带动观众现实共鸣。

全周期

主打爆笑喜剧，
贴合春节合家欢观影的内容期待

- 以爆笑喜剧为核心，通过内容营销、音乐营销、艺人营销，强化“春节合家欢首选”标签。



前置发布影片搞笑片段



配合预售发布《冬天里的一把火》魔性歌曲



释出片场搞笑拍摄花絮



曝光观影场现场真实反馈，以沈腾为代表的麻花艺人下场背书

集中在映前2周-映后

辅以励志情绪，
沉淀口碑并带动内容破圈传播

- 围绕励志，将现实中艺人与影片中角色的人生经历“共性”深度捆绑，带动情绪共振。

现实中的魏翔



通过现场拍摄花絮，展现魏翔演技



魏翔坚持24年，凭借热爱和执着迎来人生第一个主角

电影中的魏成功



映后发布情绪向主物料，强化小人物励志

《奇迹·笨小孩》影片分析



基本信息

片名：《奇迹·笨小孩》

国家地区：中国大陆

作品类型：剧情

上映日期：2022-02-01（中国大陆）

片长：106min

导演：文牧野

主演：易烊千玺、田雨、陈哈琳、齐溪、公磊、许君聪、王宁、黄尧等

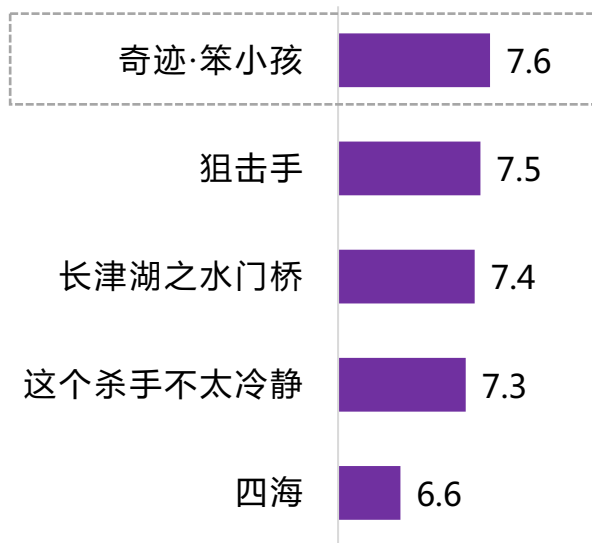
发行公司：北京上狮文化传播有限公司、中国电影股份有限公司、上海淘票票影视文化有限公司、万达影视传媒有限公司等

上映表现：轻巧剧情片，映后口碑发酵带动小幅逆袭

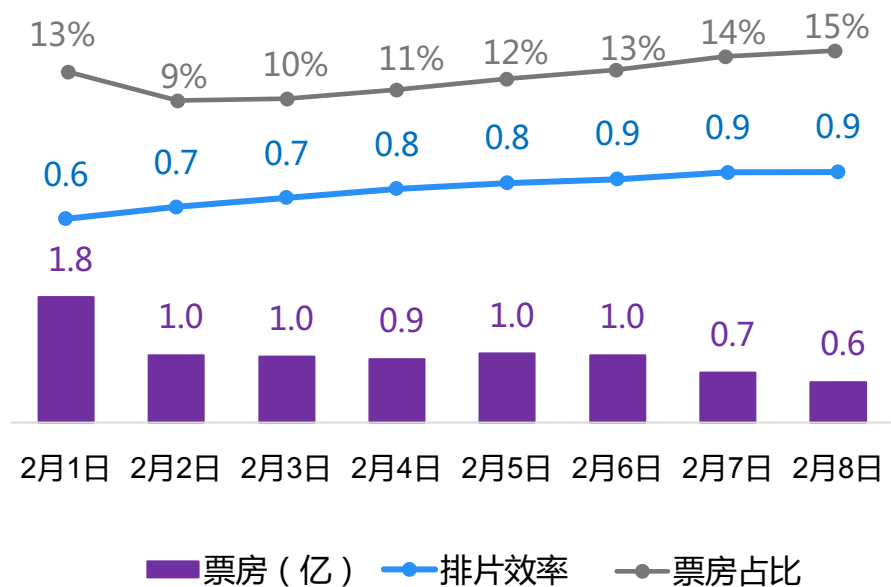


◆ 与档期强战争、强喜剧类型片相比，《奇迹·笨小孩》在类型上处于弱势，随着映后档期微弱的口碑优势，加之易烱千玺的路人好感及主创的品质背书，带动影片票房小幅逆袭。

2022年春节档真人新片上映7天口碑指数均值



《奇迹·笨小孩》上映市场表现



营销亮点一：注重内容营销，创新性开设抖音角色账号

◆ 影片通过内容营销，前置展现不同向度的共情点，有效提升了不同口味观众对影片本体品质的信任和兴趣期待。

● 抖音创建主角账号，进行内容发布和直播活动

利用易烱千玺国民流量，创建角色抖音账号，**建立角色在观众中的人设认知和情感联结**，并增强营销趣味性。



● 发布角色单人及人物关系物料

通过展现不同角色的人设和生活状态，帮助观众快速解读人物，并能够让不同现况的观众寻找到与自身现实相勾连的角色情绪点。



● 发布故事向物料

以预告等形式对故事进行清晰交代，并从**励志、亲情等多维情感角度引导观众共情**。



营销亮点二：音乐捆绑事件，实现下沉出圈

- ◆ 聚焦下沉用户，内容上，以国民级歌手开展音乐营销，勾连大众情感、并提升影片品质感；
- ◆ 渠道上，借势主创私域流量，并进行多平台覆盖。

音乐营销



事件营销

以国民级歌手为主展开音乐营销

- 破圈：拓展更广泛年龄层，实现下沉出圈
- 情绪：勾连普世情感
- 品质：提升并传递电影品质感

励志主题曲



刘德华+易烱千玺
《还是笨小孩》

新愿曲



周深
《回到你身边》

兴工曲



周笔畅
《向前跑》

祝愿曲



张碧晨、刘宇宁
《好运歌》

集结曲



声音碎片乐队
《呜呜呜》

陪伴曲



主演全阵容
《海阔天空》

集结电影主创及音乐相关歌手，举办“迎春年会”

- 多渠道覆盖助力认知提升：累计观看直播人数634.9万，抖音直播点赞数2亿
- 深挖吸睛话题兴趣：产出微博热搜6个，抖音热搜4个



- 覆盖微博、抖音、优酷、搜狐视频、腾讯视频、央视频等十余个平台进行云直播
- 产出多个热搜话题，如周深演唱《回到你身边》、刘德华谈论和易烱千玺合作的感受、“奇迹小队”五音不全状况频出的搞笑合唱等

《四海》影片分析



基本信息

片名：《四海》

国家地区：中国大陆

作品类型：喜剧、动作、爱情

上映日期：2022-02-01（中国大陆）

片长：128min

导演：韩寒

主演：刘昊然、刘浩存、沈腾、尹正、乔杉、周奇、张宥浩、冯绍峰、黄晓明、王彦霖、陈小春等

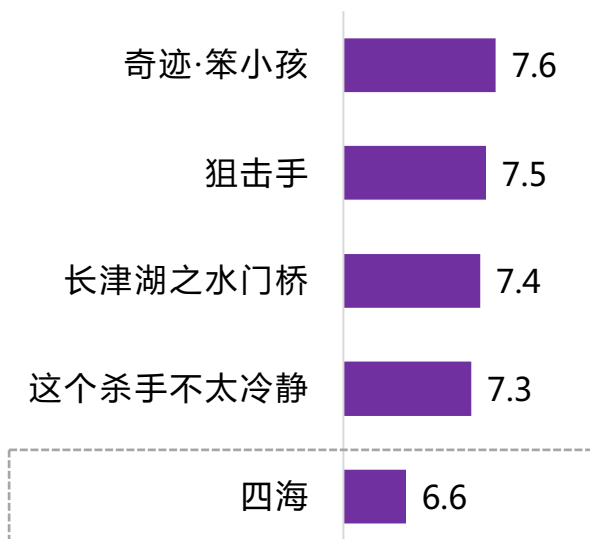
发行公司：浙江联瑞木马文化传媒有限公司、中国电影股份有限公司、上海淘票票影视文化有限公司、新疆博纳润泽文化传媒有限公司等

上映表现：高开低走，口碑失利带来热度断崖式下跌

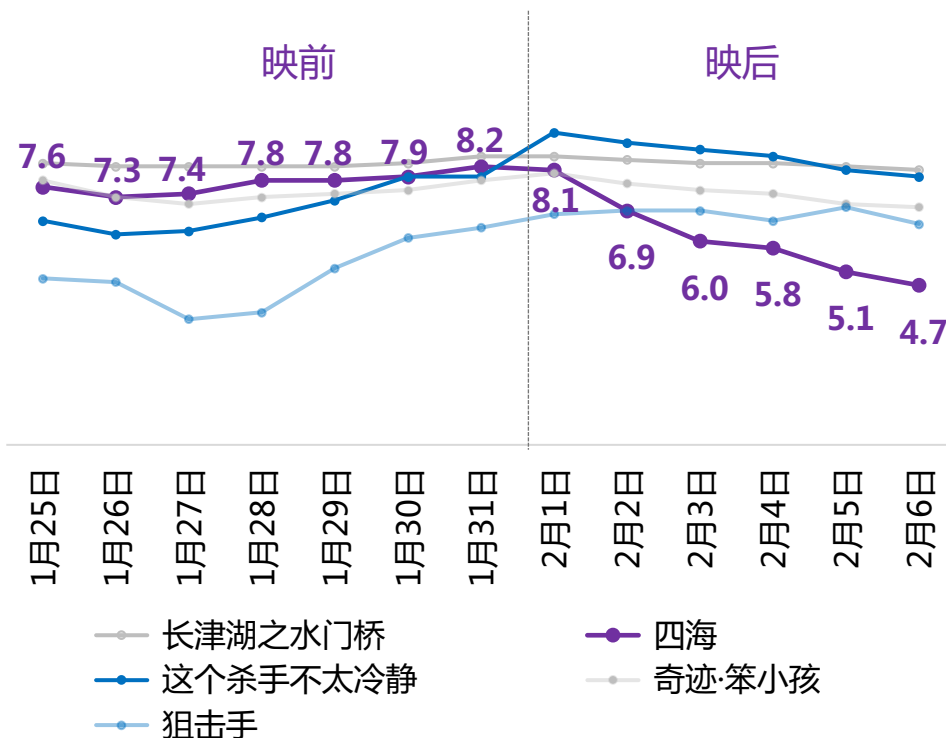


◆ 《四海》映前热度仅次于《长津湖之水门桥》，首日开画票房2.3亿，居档期第二，但随着映后口碑释出，带来热度和票房的断崖式下滑。

2022年春节档真人新片上映7天口碑指数均值



2022年春节档真人新片购票指数变动



source：艺恩电影智库，艺恩娱数 数据截至2022年2月7日

©2022.2 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com 职途圈官方微信：zhituquan

以年轻、喜剧为核心有效带动映前热度提升，但过度营销遭遇映后口碑反噬



◆ 电影在营销影片韩寒式独有文青气质的同时，聚焦年轻用户，并侧重传递影片轻松幽默的调性，有效带动了影片映前热度的提升；但由于过度营销背离了影片本体内容，不符合现代年轻观众的成长背景，故遭遇映后口碑反噬。

放大喜剧类型定位，强调沈腾主演，规避刘浩存个人争议



沈腾与刘昊然
正片搞笑物料



沈腾相关
搞笑花絮



观众爆笑
观影现场

舆情反馈

- × 喜剧元素缺失，“含腾量”低
- × 悲剧结尾不贴合节日氛围
- × “含存量”高，刘浩存演技受争议

以年轻观众为核心定位，存在受众错位



联合B站举办
“四海歌会”



年轻化品牌
异业合作

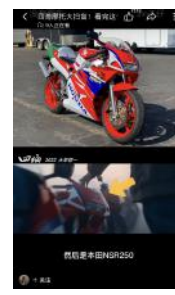
舆情反馈

- × 情节设定不符合现代小镇青年真实状态，故事脱离现实

大量机车相关营销，背离正片核心主题



机车主题物料营
造影片热血气质



影片中的机车
冷知识介绍

舆情反馈

- × 机车热血主题物料与正片故事气质不符
- × 有污名化摩托车之嫌，引发摩圈爱好者不满

《狙击手》影片分析



基本信息

片名：《狙击手》

国家地区：中国大陆

作品类型：剧情、战争、历史

上映日期：2022-02-01（中国大陆）

片长：96min

导演：张艺谋、张末

主演：陈永胜、章宇、刘奕铁、黄炎、王梓屹、陈铭杨、王乃训、赵琥成、李文聪、程泓鑫、张译等

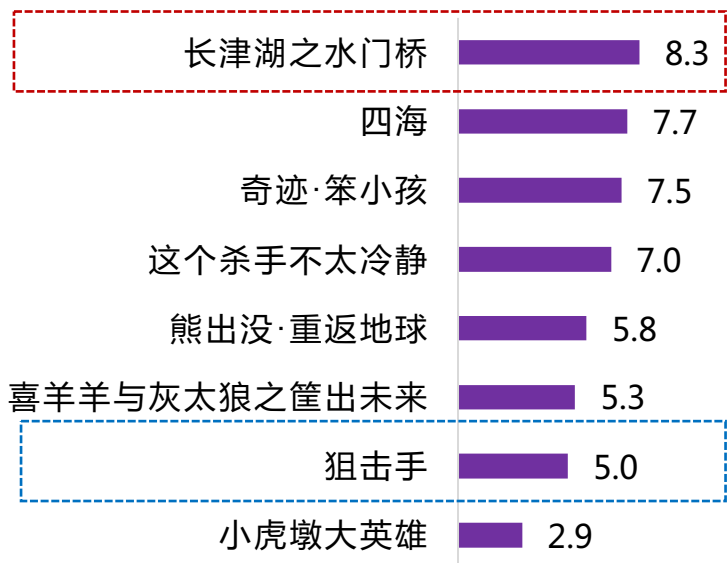
发行公司：北京光线影业有限公司、青春光线（扬州）影业有限公司、中影数字电影发展（北京）有限公司等

遭遇档期同质化类型影片严重分流，映前热度偏低

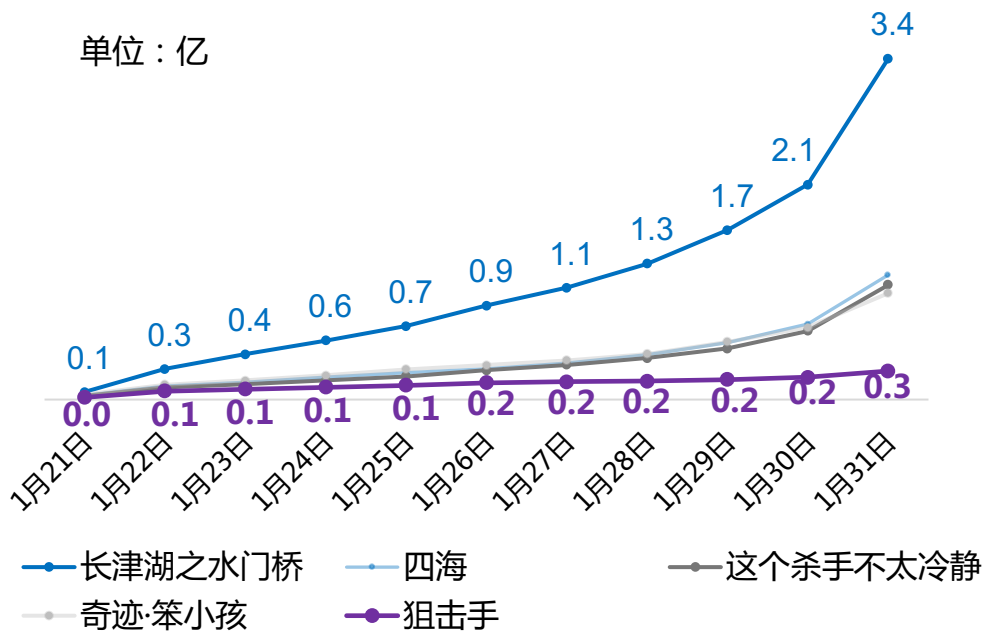


◆ 《狙击手》与同质化战争类型《长津湖之水门桥》形成严重分流，丧失了竞争档期头部的机会。映前7天艺恩购票指数均值5.0，首日累计预售2,800万，与后者差距明显。

2022年春节档重点影片映前7天购票指数均值



2022年春节档重点真人影片首日累计预售走势



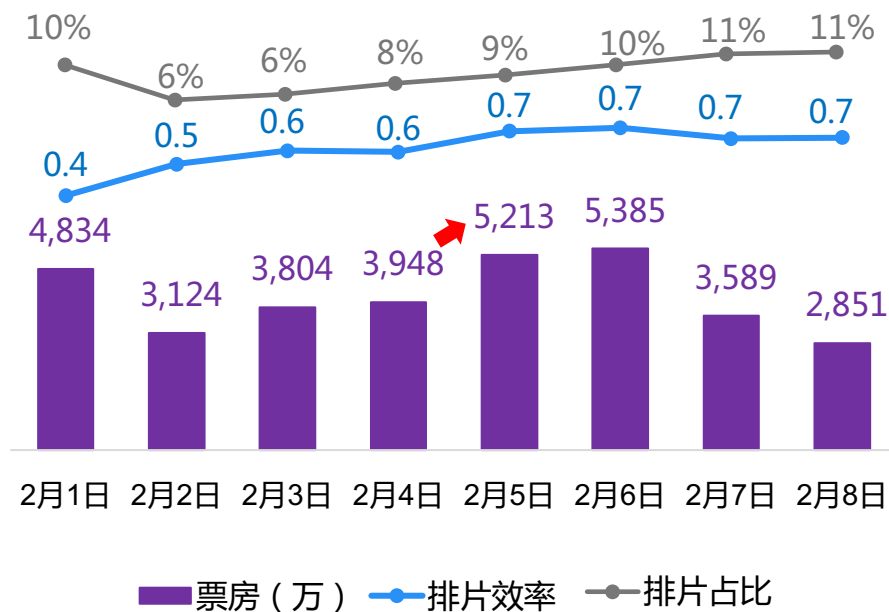
冬奥会开幕式成功助力影片票房逆袭

◆ 2月4日北京冬奥会开幕式成功出圈，引发网友争相为张艺谋补票。开幕式次日《狙击手》艺恩购票指数增长0.4，日票房增长32%；高口碑、强话题带动热度和排片逆势上扬。

北京冬奥会开幕式出圈，
张艺谋获得世界级赞誉



《狙击手》上映市场表现



报告说明与免责声明

本次报告研究说明：

□数据来源：艺恩电影智库、艺恩娱数。

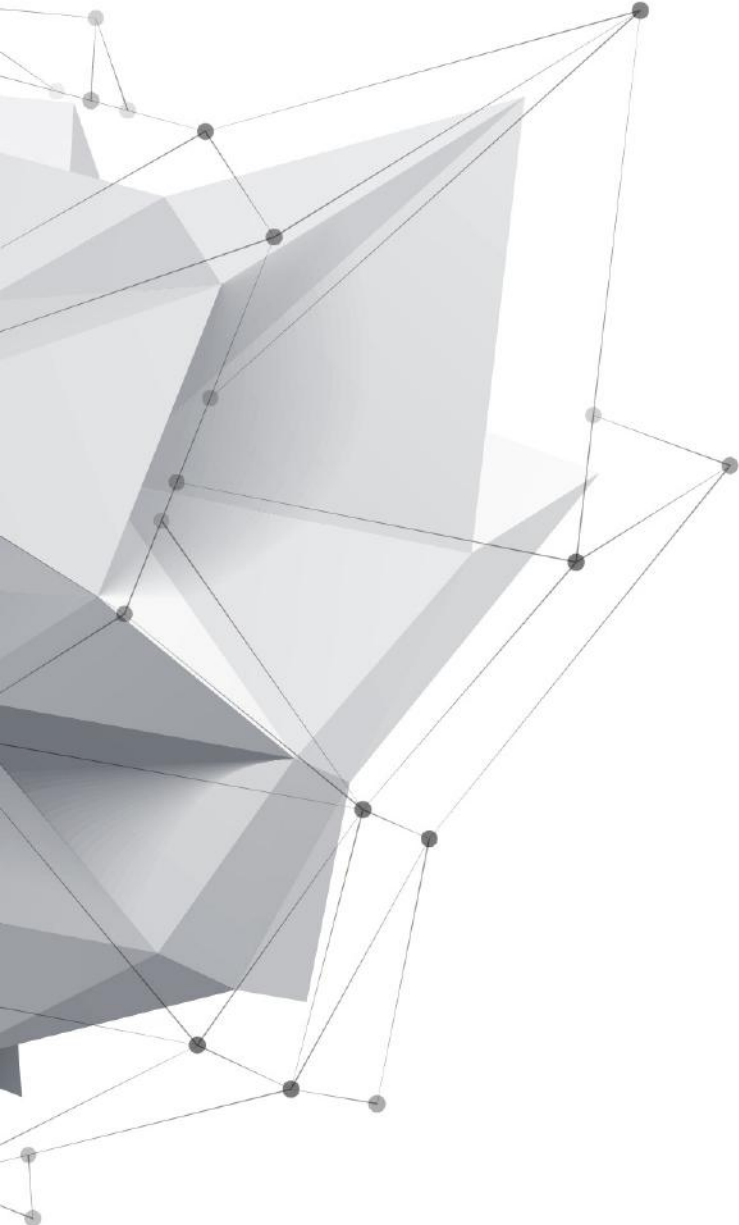
□数据选取周期：各年春节档数据统计时间分别为：2017年1月27日-2月2日，2018年2月15日-2月21日，2019年2月4日-2月10日，2021年2月11日-2月17日，2022年1月31日-2月6日。

免责声明

艺恩ENDATA报告所提供的数据来源于艺恩数据库、大数据采集、用户调研、专家调研、模型预估以及行业公开和市场公开数据分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，艺恩ENDATA力求但不保证所提供数据信息的完全准确性，依据上述方法所估算、分析得出的结论仅供参考，艺恩ENDATA不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。公司不保证报告中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，公司可能会发出与本报告所载资料、数据、观点和推测不一致的研究报告。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与艺恩ENDATA无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权声明

本报告由艺恩ENDATA制作，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归艺恩ENDATA所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，艺恩ENDATA不承担任何责任或义务，仅供用户参考。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定，最终解释权归艺恩ENDATA所有。



www.endata.com.cn

