

# 19.9元 的电影票回来了

闲暇之时,当你想要看上一场电影,打开购票app,动辄40元、50元的票价是否让你有些犹疑呢?看看稍显羞涩的囊中,还有影片质量好似开盲盒般无法预知,又有多少人因此而放弃观影了呢?

好消息来了,2025年伊始,主攻元旦档的两部影片《“骗骗”喜欢你》《火锅艺术家》同时宣布“降价”——发行方调整与电影院的结算价格,数字2D版本结算价格降到了每人19.9元,这也意味着自2022年以来,一直处于42元“高位”的电影平均票价有望回落,而更低的价格能否拉动更多的观众走进影院,也成为业界关注的话题。



## 高票价降低观影频次

家住麦岛的辛先生给记者算了一笔账,看一场电影的成本绝不仅仅是一张电影票价,“周末拖家带口去看上一场电影,黄金时段的票价大约在40元,一家三口的出行,至少要外食一顿,外加奶茶、零食,成本至少要400元。”而在2015年,还是小青年的辛先生几乎每个周末都泡在电影院里,“那时候的票价极为便宜,几乎都是19.9元的电影票,甚至还有9.9元的特价票,每周观影毫无压力。”近几年来,随着年龄的增长,电影票价也在水涨船高,辛先生已经记不得多久没有走进电影院了,而这也成为大部分影迷的真实写照。数据显示,2024年,电影市场以425亿元总票房收官。猫眼研究院发布的《2024中国电影市场数据洞察》显示,2024年的总票房体量与2015年相当,同比下降23%。经历了春节档和五一档的热闹后,2024年的暑期档、国庆档、贺岁档票房均不尽如人意。2024年,电影市场总观影人次破10亿,近十年场均人次震荡下降。此外,电影平均票价回调1%,与2023年基本持平。值得注意的是,电影平均票价连续4年超过40元。

电影票价太贵,带来的直接影响就是观影人次的减少。据统计,2024年10.1亿的观影人次,是近十年来的新低(2020年和2022年电影院长时间停业除外)。电影市场观影的高峰期,出现在2017年至2019年,每年有约17亿人次的观众走进电影院。观影人次减少,银幕数却连年增加。

2014年,国内银幕数刚过2.6万张,2015年起,电影行业蓬勃发展,银幕数突破3.4万张。到了2024年,电影行业不再欣欣向荣时,银幕数却迈过8万张大关。影院在高票价与求盈利之间陷入尴尬境地。

## 降价拉动观影效应明显

无论是电影行业,还是电影院,都需要吸引更多的观众走进影院。降价在拉动观影人群方面效果显著。刚刚过去的这个元旦档期,《“骗骗”喜欢你》和《火锅艺术家》一起把最低结算价降到了19.9元,打响了电影票降价的第一枪。从单日票房的反馈来看,降价后首日即1月2日,《“骗骗”喜欢你》的全国平均票价已经从前一日的41.9元降到了35.7元,但上座率和场均人次反而是前一天票房榜前十位中最高的,1291万的单日票房表现,也超过了前一日的猫眼预测1152万的成绩,超出预期的表现与降价策略密不可分。

电影票到底是如何定价的?业内人士介绍,票房在去除服务费之后,还要扣除专项资金和增值税,再在发行方和影院之间进行分账。而一家影院卖出票价的价格,取决于两个因素。首先片方/发行方会在影片的正式发行通知中,标明影片的最低结算价,这个最低结算价一般会根据城市和放映制式进行区分,例如大多数国产片在一线城市的最低结算价40元,二线城市为35元,IMAX或者杜比影院等放映制式的最低结算价可能还会再高5元。打个比方,一个最低结算价40元

的影片,影城虽然可以随意定价,但是给片方/发行方的分账款,最低也得按照40元的分账比例进行分账,因此除非是刚开业搞促销的影院,绝大多数影城定价只会比这个数值高。也正因此,虽然电影票定价的权力在影城放映端,但因为定最低发行价的权力是属于片方/发行方,因此平均票价一直居高不下。

## 降价有望带来更多利好

近几年来,有关电影行业票价太贵的讨论一直在持续,也有不少影片调低最低结算价的操作,但基本是已经上映两周甚至更久以后进行调整的,降低幅度基本也就是在5至10元左右,并且往往伴随着分账比例的同步调整,希望通过此举来让影院倾斜排片,让这部已经过了热映风头的影片能有一个更好的后续表现,但整体来看对平均票价影响不大。因此,今年元旦档期的两部当家电影《“骗骗”喜欢你》《火锅艺术家》上映之时便调低结算价格,也为电影市场注入了一针强心剂。制作人、监制、策划人谭飞对此举大加赞赏,他认为这样的调整无疑是一次聪明的市场举动。观众苦高票价久矣,“票价高”一直排在阻止观众进影院因素的高位。而这次两部电影的调价策略,显然是片方瞄准下沉市场的一次主动让利行为。“这两部电影类型是喜剧,市场的主力调性偏下沉,调低结算价格有利于降低下沉市场观众观影成本,从而吸引更多观众进场。从出发策略来讲,是用低价换取更多观众进场从而提升最终总票房。这种策略效果如何当然有待检验,但我必须为这种灵活市场对策鼓掌。希望今后的电影可以随行

就市,随市定价,而不要死守着一个统一价格。往下调价的做法既有利于调动影院积极性,又有利于吸引更多愿意平价消费电影产品的观众。电影票结算价格上越灵活,相信电影本身发行的腾挪空间就越大,对普通观众的吸引力也会越大。希望这样的改革,改变更积极,更活跃,更大胆,更机动。”谭飞表示。

值得一提的是,这两部电影主动降低结算价格引发的涟漪效应还在继续。数据显示,自1月2日开始,全国超七成、近8000家影城根据实际经营现状降低了影片购票价格,其中,降价5元以上的影城占到了45%,降价措施对三四线城市带来的人次提升效果更明显。青岛德纳影城负责人赵女士在接受记者采访时表示,此次降低发行结算价,给了电影院充分的“价格弹性”,可以让电影院根据各自实际经营情况,动态调整价格,“在拉动观影人流方面的效果还是比较明显的,像这两天上映的《火锅艺术家》,这是一部喜剧合家欢类型的影片,票价降低后有更多观众愿意走进影院了,观影人次有明显提升。针对这种情况,我们也会适当增加排片。”但赵女士同时也表示,希望有更多的片方以更积极的态度参与进来,才会让大家感觉到影片的票价确实降了,如果只有一两部则感知不明显。

业内人士分析,在春节档开始前的这段时间,影院处于夹缝档期,伴随着学生群体从1月初开始陆续放假,这一群体的观影需求也被逐渐释放,而这一群体也同样是对价格敏感的受众。在这个阶段,用相对优惠的票价刺激观影需求,是一个绝佳的时机。

观海新闻/青岛早报记者 周洁 片方供图