



# 登顶2023 全球票房冠军!

## “超级玛丽”为何中外身价两极化?

这是游改电影《超级马力欧兄弟大电影》面临的尴尬处境。目前,此片全球票房已达6.84亿美元,成为了到目前为止的2023年全球票房冠军。其中,中国内地电影市场累计票房1.18亿元,北美票房3.47亿美元。

1985年任天堂推出的经典红白机游戏《超级马里奥兄弟》,曾是不少八零、九零后的童年快乐源泉之一。那时,中国玩家称其为“超级玛丽”。后来,这一游戏IP也被移植至任天堂2017年推出的新款游戏机Switch中。

内地影市由此游戏IP改编的《超级马力欧兄弟大电影》,具备一定受众基础与认知度。在此背景之下,影片中票房含金量差距较大,吸引不少关注目光。

### 游戏粉丝基数决定票房落差

根据任天堂2022年财报显示,截至2022年3月31日,Switch全球累计销量1亿765万台,游戏累计销售8亿2218万份。其中,游戏销量前十中,“超级马力欧”系列作品数量达到3部。全球游戏受众偏爱“超级玛丽”系列作品。

2021年,任天堂在Switch累计销量近8000万台时发布的数据公告显示,该财年前三季度全球Switch销量占比中,北美地区占比41.1%,欧洲地区占比22.4%,日本国内占比22.4%,包含中国在内的其他国家及地区占比10.9%。

从这组数据来看,Switch的游戏玩家以北美地区为主。这也是造成中外票房差距较大的主要原因。

“粉丝基数决定一切,国外尤其在北美,马力欧游戏相当于电子游戏本身,受众群体非常广泛。任天堂在国内还算是冷门,粉丝市场并不高,对比国外有一定的差距。”接受1905电影网采访时,江西越幕影城负责人陈霖分享了自己的观点。在他看来,游戏粉丝基数成为影片全球不同地区票房表现高低的决定因素。

国内初代游戏粉丝老化,也是造成电影票房不及预期的另一隐情。这些老玩家,对于游戏的认知及印象,多数停留在红白机时代,观影热情也随着时间的流逝逐渐下降。

此外,这批初代玩家普遍进入三十而立、四十不惑的年岁,并非市场观影主力军。根据猫眼研究院统计的数据显示,影片内地上映前两周的观影人群画像中,30岁至39岁的观众占比最多,20至29岁常规主力观影人群占比反而低于同期大盘。

目前,影片两大网络购票平台合计想看人数不足11万。这也能从侧面说明国内观众对于该片的观影热情不足。

从资深游戏粉丝观众观影反馈来看,该片不仅融入了《超级玛丽》、《超级玛丽奥德赛》、《超级玛丽赛车8》等众多“马力欧”宇宙经典游戏元素,还夹带了一些任天堂冷门游戏的桥段。

从整体内容来看,游戏改编成电影的过程中,主创并没有试图去丰满主角的成长线,仍然延续了游戏里标签化的设定,搭配一些最基本的亲情、友情情节。“没有电影,全是彩蛋”也成为影片高赞评论之一。

作为一部游戏改编的动画电影,影片整体风格在低幼向与成人向之间摇摆。对于亲子观影群体而言,则是一个不错的观影选择。对于更为庞大的普通受众群体,吸引力倍减。

### 端游改编电影内地票房整体表现更优

档期环境竞争激烈,成《超级马力欧兄弟大电影》票房不如预期的外部原因。

影片上映当周动画电影方面,创造中国影史日本电影票房纪录的《铃芽之旅》风头正劲,具有着一定受众基础的《名侦探柯南:贝克街的亡灵》刚刚内地公映;真人电影方面,国产片《保你平安》、《忠犬八公》口碑在线。

《超级马力欧兄弟大电影》虽然中外票房差距较大,但在2023年动画电影市场中表现尚可。据统计,截至4月17日,该片内地票房已达1.18亿,暂居2023年内地影市动画电影年度票房第4名,位列《熊出没·伴我“熊芯”》、《深海》、《铃芽之旅》之后。

这类海外票房优于内地市场的游改电影,还有《龙与地下城:侠盗荣耀》、《神秘海域》等。《魔兽》、《极品飞车》、《古墓丽影:源起之战》等同类影片,则与之相反。这些电影中国内地票房位居全球市场第一。

从游戏类型上而言,《神秘海域》等根据主机游戏改编的电影,海外票房优于中国内地票房成常态;PC端游改编电影整体情况相反。这与国内个人电脑的普及率远远高于Switch、PS等游戏主机有关。

2016年上映的《魔兽》是PC端游改编电影中国内地票房的佼佼者。此片内地票房2.14亿美元,占比全球票房48.74%,远超北美。当年《魔兽世界》正式公测一个多月后,运营方暴雪就宣布游戏在全世界已拥有350万付费玩家。其中,中国玩家数量已超150万人。随着时间的推移,这一游戏中国粉丝群体数量也在不断扩大。

值得一提的是,《魔兽》单日票房走势在内地公映第二天达到最高点之后,一路下跌。影片内地公映半月之后,单日票房已跌至不足千万。前期游戏粉丝用爱发电推高累计票房之后,后期路人增量观众的缺失,造成了影片单日票房断崖式下跌。

从整体数据来看,无论票房高低,中国电影市场已是游改电影全球票房的重要票仓地。如何平衡粉丝与普通观众的观影口味,一直是摆在游改电影创作者面前的一道思考题。

2023年,《GT赛车》、《烈火战车》等国外游改电影有望全球上映。这些影片能否引进内地,也成为国内游戏粉丝的关注焦点。来源:新浪网

## 网络电影内容品质升级 单片付费模式成市场新增量

2023年,中国电影市场迎来强势复苏。行至第十年的网络电影创作水准逐渐升级,内容日趋精品化。2023年一季度,网络电影迎来了不错的开局,猫眼专业版及爱奇艺云影院票房数据显示,今年前3个月放映的95部电影中,约有12部票房超千万,包括9部会员分账网络电影和3部云影院首映影片。

截止到4月2日,《天龙八部之乔峰传》票房已经接近3000万,《东北恋哥2对你爱不完》顺利突破2000万,《追龙番外篇之龙争虎斗》则锁定了一千万。例如,《天龙八部之乔峰传》中,功夫巨星甄子丹将中国武侠与自己的武学经历融会贯通,在刀光剑影中尽显武侠意境。《东北恋哥2对你爱不完》则是爱奇艺打造的“东北恋哥”品牌系列作品第二部,基于喜剧爱情这一主线,打造了一个有情

有义的东北大世界,具有现实感的共鸣与共情,吸引了超百万人付费购票观看。

### 单片付费模式成市场新增量

2022年6月1日起,国家广电总局对网络剧片正式发放行政许可,网络电影进入精品化与高质量发展阶段,在大浪淘沙中,完成“提质减量”。而各个平台也在发力,一系列积极措施不断出台,其中,爱奇艺“云影院”新业态一直走在行业前端,2022年4月1日,爱奇艺云影院开始采用单片点播付费(PVOD)和会员观看(SVOD)双窗口全生命周期的在线发行收益,进一步优化了原有网络电影分账体系级。

2023年1月,爱奇艺上线了云影院首映电影票



房查询系统,不仅推动线上电影市场收益公开透明,也有利于片方依据爱奇艺的技术和分析能力获取关于云影院内容创作的第一手“洞察”,提升创作效率,带给更多电影人入局线上PVOD市场的信心,形成从平台服务到内容产出之间的闭环,加速推动网络电影进入“去泡沫”和“精品化”阶段。

来源:北京青年报