

圣诞节票房同比暴跌，是舔狗经济不行了？并非如此，原因则是多面

25日的时候，一张历年平安夜票房的对比图片便在互联网上出现，引发影迷们热议。这张对比图显示，今年的平安夜票房只剩下三千多万，和往年的动辄上亿甚至于数亿相比，简直是天壤之别。值得注意的是，25日的圣诞节票房，也只有4169.12万元，和往年相比，也可以称之为暴跌。

既然出现暴跌，那便出现各种原因分析。我见分析当中，比较离谱的一种说法是，舔狗经济不行了，曾经愿意当“舔狗”的那些男人们，不请女性看电影了。这是典型的外行话。如果在十年前，说电影院有舔狗经济加持，业内人士们还是相信的。最近这几年，电影院早就不是“舔狗”的主场了。

相反，越来越多的女性开始成为电影院的消费主力军。拿最近最热的电影《好东西》为例，这部电影的女性购票占比超过81.7%。这意味着什么？意味着每卖出十张电影票，就有近九张是女性影迷们买的。在这个占比面前，嚷嚷什么舔狗经济，显然是外行话。

即便是在线票务刚刚出现，可以统计男女购票占比的时候，男性购票占比也从未占据过顶峰。很多所谓的男性电影、硬汉电影，都无法实现男女购票比五五占比，都是女性略大于男性占比。很长一段时间，都是女性购票占比在60%及其以上。正常的电影，基本上都保持这个占比。像《好东西》这样的女性电影，更是女性占比在80%以上。这几年，女性购票占比80%

以上的电影，比比皆是。

舔狗经济的意思是，男性作为“舔狗”，给女性买票看电影。还带着这种思维模式的男性群体，就注定要孤老一生了。为什么呢？因为女性早就实现电影票自由了，那几张电影票，女性影迷们是不稀罕男性购买的。相反，女性自己购买，在场次上，在时间上，在位置上等等，都更为自由灵活。女性自己购票，就是实现女性的自由。同时，需要注意的一点是，青年男女当中，女性的零花钱比男性充裕的多。

平安夜和圣诞节的票房同比暴跌，原因则是其它方面的。第一个原因，当然需要承认，是影迷们缩减开支了。这种缩减，是不分男女的。舔狗经济是搞男女对立的一种说法。正常情况之下，男女两性是共生关系的。缩减不必要的经济开支这件事情，是男女们都需要共同面对的。这个原因，不能回避掉。谈票房下跌，这一点，一定要放在第一点。

而平安夜和圣诞节票房暴跌，第二点原因，则是咱们的“造节运动”偃旗息鼓了。中国院线电影最红火的时候，近乎每个月都能造出一个节日出来。大家比较熟悉的，春节档、五一档、暑期档、中秋档、十一档、贺岁档等等，都是“老节日”了。在这些“老节日”之外，咱们曾经还造过情人节档、三八档、518档、618档、七夕档、重阳档、光棍节档、圣诞节档和跨年档。

您千万不要小瞧了这些造出来的档期。比如说跨年档期



吧。您能想象吗，大半夜的，能够动员影迷们后半夜看电影。这个档期，简直把影院乐坏了。以往，后半夜，早就关门了。可造出这个跨年档之后，就真的连后半夜的票都能卖出近百元的价格了。这就是造档期的力量啊。

咱们反观今年的平安夜和圣诞节档期，整个的电影行业就没有为这个档期营造氛围。首先，是没有电影上这个档期。其次，是各大影院也没有为这个档期准备活动。没有电影上线配合这个档期，这个档期当然是不存在了。而为什么没有电影在这个档期上映

呢？这个原因，需要我们认真思考。我们是不是在人为地回避这个档期呢？

中国院线电影，从来不是院线电影本身那么简单。为什么每一家大型的商场，都要开一家电影院呢？这家电影院是只负责放电影吗？显然不是。电影院是负责给商场导流的。而中国院线电影的任务之一，也是铺天盖地新片上映宣传，为各大商场导流。中国院线票房，看着不过是几百亿的体量。但是，它背后承载的是亿万人的导流量。

所以，中国电影造节、造档期，

营销电影新片，表面上看是为电影票房本身服务，更深层次上，是为实体经济服务。线上电影营销，引流到线下的实体商场当中去。中国电影最红火的时候，每周五都是节，因为每周五都有大片上映。大家只要去电影院，看完了电影或者看之前，就得在商场里边逗留，只要逗留，就形成消费。

所以，中国电影在提升质量的同时，档期造节，必不可少，要把过节的氛围营造出来，要让影迷们有消费的热情。那些嚷嚷抵制圣诞节的，是给咱们自己的经济建设捅刀子。

故乡福园

National Memorial Park

National Funeral Home

7482 Lee Hwy., Falls Church VA 22042

欲知详情请电：张真 Cassy
手机：703-937-7299



风景风水之好胜于大华府地区任何墓园。交通方便，位于495环线内。园陵享有永久免费妥善维护。