

貓眼數據：去年總票房及觀影人次齊跌逾22% 內地電影市場遇拐點 成功要訣——夠爽夠熱血

貓眼娛樂(1896)旗下貓眼研究院昨發布《2024中國電影市場數據洞察》報告，顯示2024年中國電影總票房425.02億元(人民幣，下同)，按年跌近23%；總觀影人次10.1億，按年減22.3%。貓眼分析指出，去年內地電影市場整體表現好壞參半，「大製作」未達預期，「小而美」驚喜突圍，「新鮮有趣、爽感升級」是成功關鍵詞。貓眼認為，內地電影市場需要更新鮮的類型元素，創作出更匹配觀眾精神訴求的銀幕故事，以吸引年輕觀眾入場。

●香港文匯報記者 蔡競文

統計顯示，2024年內地電影市場總票房425.02億元，國產電影票房為334.39億元，佔比約78.68%。電影市場上映新片數量為501部，其中國產電影425部，進口影片76部。電影類型方面，報告指出「大製作」未達預期，「小而美」驚喜突圍。2024年成功電影案例關鍵詞是「新鮮有趣、爽感升級」，票房最高五部影片均包含喜劇元素，而且票房均突破20億元大關。

《熱辣滾燙》稱冠「爽片」突圍

去年票房最高五部影片分別為：《熱辣滾燙》34.6億元、《飛馳人生2》33.98億元、《抓娃娃》33.27億元、《第二十條》24.54億元及《熊出沒逆轉時空》20.06億元。另如《默殺》、《周處除三害》、《重生》、《誤殺3》等犯罪類型「爽片」給市場帶來驚喜。《九龍城寨之圍城》也在港片整體低迷局面下憑借「熱血動漫感」打開傳統港產動作片新局面。

觀影品味變 精彩故事更勝特效

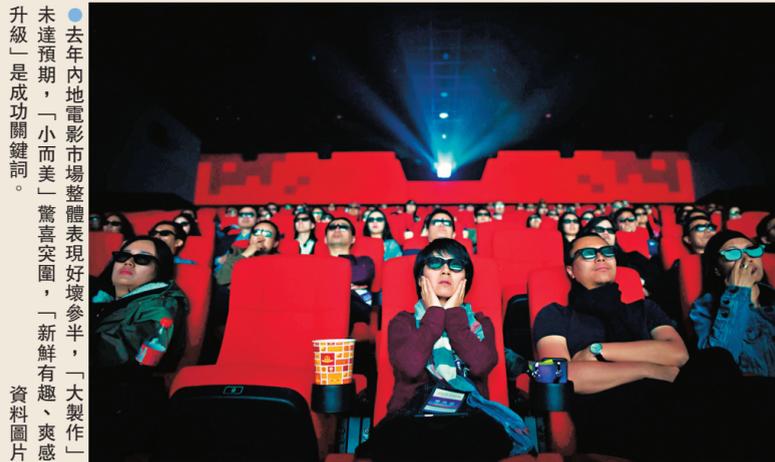
女性議題在去年備受矚目，《熱辣滾燙》、《好東西》、《出走的決心》等影片口碑票房雙收，可見女性敘事漸入佳境。報告指出，雖然視覺特效是吸引觀眾的分項，但多部特效大片在2024年也挫敗而回，反映在工業化製作框架下，受歡迎的影片核心競爭力仍然在於優質內容及精彩故事，而前述受歡迎的影片，反映觀眾依然在，但需求在變化，行業需要「求新求變」。

此外，報告提到，一二線城市觀影頻次更高，而近年三四線城市票房佔比趨向穩定，地區影院觀眾結構逐漸成熟。其中，上海人均觀影次數最多，逾2次；常州降幅最大，由2023年近2.5次，降至逾2次；一線城市之中廣州未進前20位。另一方面，城市院線觀影總人次10.1億，按年跌22.3%。影城數量漲幅連續4年下滑後，2024年有所回升，2024年影城數量有1.32萬間，按年升3.9%。

年輕導演崛起 打造新鮮元素

貓眼指出，中國電影市場的票倉潛力，在於年輕且觀影頻次較低的觀眾群體。檔期票房顯示，2024年票房最高的十部影片中僅《默殺》及《異形：奪命艦》觀眾相對年輕，影院觀眾年齡已連續4年上升。報告認為，內地電影市場需要更新鮮的類型元素，創作出更匹配觀眾精神訴求的銀幕故事，以吸引年輕觀眾入場，帶動票房增長。2024年國產新片多由80後導演、演員領銜。為打造年輕化的內容，電影市場需要更多年輕創作者，以及更多女性創作者的加入以平衡性別視角。

貓眼續指，隨著下沉市場的日趨成熟及院線經營的平穩發展，明確影片受眾定位、配合精細化宣發變得更加重要。未來電影創作需要朝著吸引並激活年輕、低頻觀影觀眾的方向發展，以促進整體票房提升。



●去年內地電影市場整體表現好壞參半，「大製作」未達預期，「小而美」驚喜突圍，「新鮮有趣、爽感升級」是成功關鍵詞。資料圖片



資料來源：《2024中國電影市場數據洞察》報告

Table of top 10 domestic movies in 2024, including titles like '熱辣滾燙', '飛馳人生2', and '抓娃娃' with their respective genres and box office figures.



Table of top 10 Hong Kong movies in 2024, including titles like '九龍城寨之圍城', '危機航線', and '焚城' with their respective genres and box office figures.

資料來源：《2024中國電影市場數據洞察》報告

港產片片種男性主導 難吸引女性觀眾

香港文匯報訊(記者 蔡競文)《2024中國電影市場數據洞察》報告還分析了在內地上映的港片情況。報告指出，去年港產片數量縮水，製作進入新老交替期，觀眾固化明顯，而且2024年的港產片片種大部分以男性為主導，對於女性觀眾的吸引力較弱。

《九龍城寨之圍城》票房最高

2024年在內地上映的港產片約有15部，其中《九龍城寨之圍城》年內錄得6.84億元(人民幣，下同)票房，屬年度票房冠軍，其次是《危機航線》錄得3億元，《焚城》錄得2.58億元。

另外，《破·地獄》及《誤判》分別於2024年12月14日及12月27日上映，但短的上映時間之內就錄得分別1.8億及2.08億元的票房，該兩部電影還在上映中，相信累積票房會持續上升。

相反，《熱血燃燒》、《白晝如焚》及《破戰》等港產片，該3部電影的票房則為最差的3部，當中《破戰》於2024年2月16日上映，電影院線首日票房僅1.5萬元，觀影人次約393

人，淪為2024年春節檔最慘電影，其後該電影更撤檔停映。

僅得《年少日記》偏向女性

報告又分析，近年內地票房過億元及去年港產片的觀眾性別及年齡來看，大多數港片側重於25歲或以上的男性，例如是《九龍城寨之圍城》、《海關戰線》、《臨時劫案》等，當中僅得《年少日記》是偏向25歲或以上的女性，故此2024年港產片對女性觀眾來看吸引力較弱。

深圳千套共有產權房 元旦3000人爭購

香港文匯報訊(記者 李昌鴻 深圳報導)備受關注、由地產商鴻榮源開發的深圳首批共有產權房加譽時尚花園(五區)1,700多套房選房日前剛剛結束，最終4.5人爭一套房。日前鴻榮源又新推出加譽府六區1,030套共有產權房，包括兩房和三房戶型，認購時間為2025年1月1日至5日。該樓盤售樓員譚小姐表示，由於此次認購時間只有上次的三分之一，吸引大量市民紛紛前來認購，擠爆展廳，認購首日已經吸引了3,000人登記。其中，不乏一些港人與深戶籍家人前來認購。

部分港人與深戶籍家人前來認購

因深圳房價處於全國一線城市前列，大量市民購房壓力大。為了緩解市民購房壓力，深圳市去年推出共有產權新政，產權由市民和市政府各持有50%，如2024年12月初銷售的加譽時尚花園單價最低僅2.1萬元/平方米(人民幣，下同)，只有市場價格的一半，市民21萬元可以輕鬆入住兩房，大大降低了購房壓力，因而吸引大量市民搶購。加譽時尚花園共計1,729套，吸引了8,000多市民認購，按照深戶、社保等要求排成第一、二、三隊列形成排名，最後合格的只有7,812戶參與搖號，相當於4.5戶搶購一套。其中有一些港人與深戶籍家人作為共同申請人參與認購。譚小姐表示，最終選房和簽約購房已於近日完成。

在加譽時尚花園剛剛完成選房後，鴻榮源又新推出加譽府六區。據譚小姐介紹，六區共有產權房戶型為67至89平米的二房至三房，首付約21萬元起，單價約2.1萬元/平方米以上，總價140萬至220萬元，就可在寶安區「上車」。該項目緊鄰地鐵11號線塘尾站，配有有深圳外國語學校寶安學位，以及50萬平米的灣區壹方商業，地理位置優越，受到大量深圳市民青睞。

3類人可申請 需繳交社保滿5年

對於購房條件，她稱，共有產權房認購需符合三個基本條件，包括深戶、五年內未有房產交易且名下無房，以及繳交社保滿五年。目前共有產權房只針對深戶、港人和外地戶籍居民，只要在深圳購買社保，便可與深戶一方的家人作為共同申請人參與，實現低成本安居夢。鴻榮源加譽府六區共有產權房現已開放展示中心、樣板房，由於認購時間短，只有五天時間，因此預計每天均會吸引了大量市民前來爭相搶購。僅元旦首日就已經收到3,000份認購登記。

前來認購的梁先生表示，自己一家四人，一直租房居住，買房壓力太大，當看到共有產權房上車壓力小時，便一家人前來看房和認購。「以我們無房深戶、五年社保等條件，可以排在第一列，但是否能申請成功要看參與人數，機會是有的，但並非百分之百，希望能夠成功申請，實現我們一家在深圳的安居夢。」



●深圳加譽府六區吸引了大量市民前來認購。香港文匯報記者李昌鴻 攝

比亞迪去年每日賣近1.2萬輛車

香港文匯報訊 比亞迪(1211)昨公布產銷快報，2024年全年累計銷量達427.2萬輛，同比增41.3%，遠超該公司2024年上半年公布360萬輛銷量目標，2024年平均每天賣出近1.2萬輛汽車。

較目標多近兩成

公告顯示，該公司去年12月銷量51.5萬輛，同比增51%。2024年全年新能源乘用車銷量425萬輛，同比增41.1%；其中純電動銷量同比增12.1%，插電式混合動力車銷量

增72.8%。

2024年3月中旬，比亞迪董事長王傳福曾表示，公司2024年自身銷量目標為360萬輛，這較公司2023年創紀錄銷量的基礎上增加近20%；2024年海外銷量目標為50萬輛。

比亞迪近年迎來高速增长，市場份額進一步擴大，其2024年三季度實現營收2,011.2億元人民幣，超越特斯拉同期營收表現。

中國乘聯會日前公布數據顯示，2024年11月比亞迪批發銷量504,003輛遙遙領先行業，特斯拉中國11月批發銷量78,856輛。

新地15商場除夕元旦丁財雙位數升

香港文匯報訊(記者 蔡競文)為刺激零售市道，不少商場都舉辦跨年慶祝活動，帶動本港節日消費市道旺場。新地(0016)旗下15大商場包括apm、大埔超級城等，除夕、元旦兩日生意及人流按年增近雙位數字。

新鴻基地產執行董事馮秀炎昨表示，今年聖誕檔期慶祝氣氛濃厚，業界均把握機遇為顧客提供各式娛樂及優惠，加上政府安排全年最大規模的「除夕倒數維港煙花」，及通宵開放關口，令旅客無憂留港消遣玩樂等睇煙火，對零售及餐飲業支持顯著。

馮秀炎續稱，集團旗下15個大型商場舉辦多場跨年慶祝活動，推出高消費回贈，及年終大抽獎等多重消費優惠，令商場在除夕連元旦兩天假期的生意、人流較去年同期增近雙位數字。當中，以餐飲、節日相關零售

等行業最為暢旺。此外，不少客人把握親友相聚機會，特色餐廳的除夕訂位一早爆滿，而各類適合送禮的精品商戶亦受節日氣氛帶動而旺場。

新地又預期，蛇年農曆初一在1月底，與聖誕、除夕距離近，料節日消費情緒可保持至農曆新年，為零售業帶來另一波機遇。



●新地15大商場在除夕元旦假期的人流及生意升近雙位數字。