

各地电影公司对暑期档「乐观」,但「只有时间会证明」

■编译/如今



民意调查表明,电影公司通过发布诸如《黑寡妇》(Black Widow)和《宝贝老板2》(Boss Baby: Family Business)之类的宣传片来对冲他们的赌注,同时消费者也更愿意重返影院。

5月19日,在洛杉矶的AMC世纪城影城,阿诺德·施瓦辛格以他一贯的气势登上舞台,宣传影院体验。“现在是结束新冠肺炎疫情并回到大银幕的时候了,”他说,然后要求观众——主要是娱乐媒体——高呼,“我们回来了,我们回来了。”

经过数月的电影院关闭并将备受瞩目的内容产品通过流媒体平台直接发送到消费者的家里,好莱坞正在重新回到影院市场的战壕并提供源源不断的大投资电影。在美国,以迪士尼的《黑白魔女库伊拉》和派拉蒙的《寂静之地2》阵亡将士纪念日周末的上映开启了今年的暑期档。

有好的迹象,也有不祥的迹象。根据研究公司国家研究集团(National Research Group)的数据,随着全球许多地区的新冠肺炎疫情有所缓解,愿意重返电影院的人数正在急剧增加。

在中国,观众认为影院的舒适度为98%,这有助于解释为什么环球影业最新影片《速度与激情9》于周末(5月21日至23日)能够在中国以1.36亿美元的惊人票房首映。该片在6月25日美国上映之前还在其他7个外国市场上映。

“我只能保持谨慎乐观,”派拉蒙美国国内发行部的主管克里斯·阿伦森(Chris Aronson)在准备发布《寂静之地2》时说。与此同时,阿伦森是好莱坞许多正在思考新冠肺炎疫情对电影业的长期影响的人之一:“我们只是还不知道答案。只有时间会给出答案。”

华纳传媒和迪士尼,为了追赶Amazon Prime和Netflix等流媒体平台,他们在新冠肺炎疫情期间疯狂地试图通过提供同步发行影院影片来发展HBO Max和“迪士尼+”平台。而且,出人意料的是,环球影业于5月24日表示,将于7月2日在姐妹流媒体服务平台Peacock上和影院同时推出《宝贝老板2》。

目前为止,维亚康姆哥伦比亚广播公



司(CBS)表示,派拉蒙的影片,包括《寂静之地2》,要在影院上映45天后才会在“派拉蒙+”上首次亮相。5月24日,迪士尼的首席执行官鲍勃·查佩克(Bob Chapek)在解释其电影公司对影院的对冲押注时告诉投资者:“我们不想再次推迟上映《黑寡妇》,但我们不能把所有的鸡蛋都放在影院发行的篮子里。”这部漫威电影将于7月8日上映,并将在同一天提供给“迪士尼+”的订阅者,收费为30美元。

查佩克强调,他的公司将继续重视影院放映的力量,一旦有明显的票房复苏迹象,他们将遵守专属窗口期。迪士尼将在8月中旬上映瑞安·雷诺兹(Ryan Reynolds)和20世纪公司的喜剧片《失控玩家》(Free Guy)以及在九月初上映漫威影业的《尚气与十戒传奇》(Shang Chi and the Legend of the Ten Rings)。

“我们希望到夏末的时候——我们希望,我们不确定——影院市场会得到更全面地恢复,并且这种发行方式是有道理的,”查佩克说,“在某些时候,你必须离开码头并登上船……我们会看看情况如何。”

事实上,所有主要的电影公司——比如迪士尼——都表示,他们将根据与电影院所有者的新动态窗口交易,遵守大流行后45天的影院专属放映窗口期。(这是传统90天影院专属放映窗口期的一半。)

考虑到超过95%的电影票销售发生在电影大银幕上映的前45天内,制片公司多年来一直试图打破传统的90天窗口。

5月19日在AMC世纪城举行的聚会让电影公司有机会以完整形式展示他们的夏季片单,就像他们在CinemaCon动漫展上所做的一样,这是在2020年缺席的影院所有者和媒体的年度聚会。聚会由Big Screen Is Back财团赞助,与会人员由营销主管、全国影院业主协会和电影协会的成员组成。

自病毒大流行开始以来,国家研究集团NRG的伊森·蒂特尔曼(Ethan Tittelman)和马特·布朗(Matt Blong)一直在对世界各地的电影观众进行民意调查。蒂特尔曼表示,在最低点,即1月初,美国影院消费者的舒适度为42%。现在,这一数据已跃升至71%,预计到6月将达到80%或更多。票房的另一个亮点:NRG最近几周发现,与室内餐厅相比,消费者更信任电影院是安全的。

IMAX娱乐公司的总裁梅根·科利根(Megan Colligan)预测,随着单厅单场人数限制的放宽,电影放映量将激增。“观众对电影的兴趣将比大流行前高,”她说。“这将像咆哮的1920年代。NRG的数字是非常真实的,在正确的空间里击中时代精神的电影真的会成为巨大的赢家。”

科利根还提到了在病毒大流行前两年创纪录的110亿美元以上的北美年度票房,这证明在创作“迪士尼+”的《曼达洛人》(The Mandalorian)和《旺达幻影》(WandaVision)等流媒体平台内容产品时,影院放映的力量不容忽视。

国际票房点评
6月11日—6月13日

《招魂3》国际市场连冠

■编译/如今



上周末,《招魂3》在国际市场上新增票房2340万美元(跌幅为13%),全球新增票房3340万美元,其国际累计票房已达6800万美元,全球累计票房已达1亿1200万美元。这部超自然惊悚片上周末在法国首映,收获票房500万美元;在俄罗斯首映,收获票房150万美元。续映地区中,墨西哥的累计票房最高为1190万美元,其次是英国(960万美元)、韩国(560万美元)、法国(500万美元)、澳大利亚(460万美元)、印度尼西亚(430万美元)、西班牙(370万美元)、巴西(350万美元)、沙特阿拉伯(200万美元)和哥伦比亚(180万美元)。

第二名是迪士尼的《黑白魔女库伊拉》,影片上周末在国际市场中新增票房1760万美元,跌幅仅为5%,其国际累计票房已达7330万美元,全球累计票房已达1亿2900万美元。影片上周末在中国新增票房450万美元,当地

累计票房已达1070万美元;英国的累计票房已达840万美元;韩国的累计票房已达830万美元;墨西哥的累计票房已达790万美元;俄罗斯的累计票房已达580万美元;沙特阿拉伯的累计票房已达390万美元;澳大利亚的累计票房已达390万美元;日本的累计票房已达

290万美元;西班牙的累计票房已达280万美元和阿联酋的累计票房已达240万美元。这部影片将于本周末在斯洛文尼亚、奥地利和马来西亚上映,法国将于6月23日上映。

第三名是《寂静之地2》,影片上周末在国际市场中新增票房1600万美元,跌幅为17%,国际累计票房已达7580万美元,全球累计票房已达1亿8500万美元。该片上周末在21个新市场上映,在墨西哥首映,收获票房230万美元;在阿联酋首映,收获票房120万美元;在中国香港首映,收获票房88.5万美元。在续映地区中,英国新增票房210万美元,当地累计票房已达930万美元;在中国新增票房200万美元,当地累计票房已达3440万美元;在澳大利亚新增票房130万美元,当地累计票房已达770万美元;在俄罗斯新增票房110万美元,当地累计票房已达860万美元。

全球票房周末榜(6月11日-6月13日)									
片名	当周票房(美元)			累计票房(美元)			发行情况		
	全球	国际	美国	全球	国际	美国	国际发行公司	上映地区数	本土发行公司
《招魂3》 Conjuring: The Devil Made Me Do It, The	\$33,420,000	\$23,400,000	\$10,020,000	\$111,771,000	\$68,000,000	\$43,771,000	华纳兄弟	45	华纳兄弟
《寂静之地2》 Quiet Place Part II, A	\$27,650,000	\$16,000,000	\$11,650,000	\$184,790,000	\$75,800,000	\$108,990,000	派拉蒙	38	派拉蒙
《黑白魔女库伊拉》 Cruella	\$24,300,000	\$17,600,000	\$6,700,000	\$129,259,946	\$73,300,000	\$55,959,946	迪士尼	40	迪士尼
《比得兔2:逃跑计划》 Peter Rabbit 2: The Runaway	\$21,100,000	\$10,700,000	\$10,400,000	\$68,300,000	\$57,900,000	\$10,400,000	索尼	22	索尼
《身在高地》 In the Heights	\$11,605,000	\$200,000	\$11,405,000	\$11,605,000	\$200,000	\$11,405,000	华纳兄弟	9	华纳兄弟
《超越》 Never Stop	\$9,955,000	\$9,955,000		\$9,979,000	\$9,979,000		MULTICN	3	华道兄弟
《热带往事》 Are You Lonesome Tonight?	\$6,723,000	\$6,723,000		\$6,742,000	\$6,742,000		MULTICN	1	淘票票
《你好世界》 Hello World	\$6,213,000	\$6,213,000		\$12,265,000	\$12,265,000		中影	1	
《速度与激情9》 F9	\$5,991,000	\$5,991,000		\$268,902,000	\$268,902,000		环球	8	环球
《阳光姐妹淘》 Sunny Sisters	\$5,608,000	\$5,608,000		\$6,816,000	\$6,816,000		MULTICN	1	光线

北美票房点评
6月11日—6月13日

《寂静之地2》回到冠军宝座

■编译/如今

评论家为之倾倒,电影公司将其推销出去,上映之前的所有反馈都有种令人感觉良好、来得正是时候的感觉。那么,为什么华纳兄弟公司的新音乐电影《身在高地》在北美的首映周末票房如此冷淡?根据预先预测,这部林-曼努埃尔·米兰达的舞台剧改编影片的首映票房应该约为2000万美元,但事实票房远低于预期,该片首周末收入仅为1140万美元,为市场中其他的续映影片留下了空间,让《寂静之地2》重回北美周末票房榜的冠军。而新片《身在高地》、《比得兔2:逃跑计划》排在第二名和第三名。

在上上个周末跌至第二名之后,约翰·克拉克斯基执导的《寂静之地2》在其上映的第三个周末,收获票房1170万美元,这部PG-13级悬疑类续集的跌幅为39.5%,上周末在3515家影院的平均单厅收入为3314美

元。该片的北美累计票房已达1.09亿美元——成为自新冠肺炎疫情开始以来北美第一部票房超过1亿美元的电影。

第二名《身在高地》的首周末票房收入为1140万美元。这部华纳兄弟公司发行的PG-13级影片,上周末在3456家影院上映,平均单厅收入为3300美元。虽然这部由《汉密尔顿》的创作者创作的喜庆、令人愉悦的音乐剧得到了评论家(在烂番茄上获得了96%的新鲜评价)和观众(他们给这部电影的CinemaScore评分为“A”)的喜爱,但它未能将这些好评转化为票房收入。部分原因可能是HBO Max订阅者也可以免费在流媒体平台上观看这部电影(华纳公司尚未公布其在流媒体平台上的观看人次);另一个可能是这部电影缺乏大牌明星(由安东尼·拉莫斯和梅丽莎·巴雷拉主演)。

跃居第三名的是《比得兔2:逃跑计划》,这是2018年热门儿童电影的续集,由詹姆斯·科登配音。其北美首周末票房为1040万美元,在3346家影院的平均单厅收入为3108美元。



美国周末票房榜(6月11日-6月13日)

名次	片名	周末票房/涨跌幅%	影院数量/变化	平均单厅收入	累计票房	上映周次	发行公司
1	《寂静之地2》 A Quiet Place Part II	\$11,650,000 -39.50%	3515 -229	\$3,314	\$108,990,215	3	派拉蒙
2	《身在高地》 In the Heights	\$11,405,000 -	3456 -	\$3,300	\$11,405,000	1	华纳兄弟
3	《比得兔2:逃跑计划》 Peter Rabbit 2: The Runaway	\$10,400,000 -	3346 -	\$3,108	\$10,400,000	1	索尼娱乐
4	《招魂3》The Conjuring: The Devil Made Me Do It	\$10,020,000 -58.40%	3237 135	\$3,095	\$43,800,000	2	华纳兄弟
5	《黑白魔女库伊拉》 Cruella	\$6,740,054 -38.70%	3307 -615	\$2,038	\$56,000,000	3	迪士尼
6	《野性精神》 Spirit Untamed	\$2,500,000 -59%	3394 183	\$736	\$10,900,945	2	环球
7	《拜见布莱克一家2:邻家有鬼》 The House Next Door: Meet the Blacks 2	\$1,064,000 -	420 -	\$2,533	\$1,064,000	1	-
8	《人之怒》 Wrath of Man	\$615,000 -51.40%	1207 -1,400	\$509	\$25,966,199	6	UAR
9	《欢迎来到松树林》 Queen Bees	\$328,300 -	500 -	\$656	\$328,300	1	Gravitas Ventures
10	《电锯惊魂9:漩涡》 Spiral	\$305,000 -65.90%	1572 -411	\$194	\$22,609,427	5	狮门