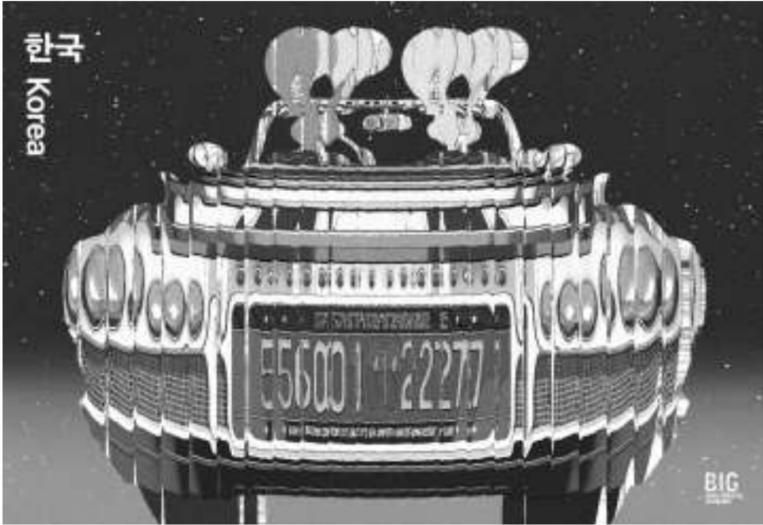


(上接第14版)

## 2022年韩国电影市场趋势



非影院放映收入同比增长18.3%至4539亿韩元,防疫社交安全距离的解除减缓了整体增长,OTT势头强劲

2022年非影院放映的电影市场总销售额比上年增长18.3%,达到4539亿韩元。这占韩国电影业主要部门(影院、影院外市场、海外)总销售额的26.6%,与去年的37.5%相比下降了约10.9%。不过,这主要是受防疫社交安全距离措施的放松、影院放映逐渐恢复的影响。总体而言,2022年非影院放映收入在所有领域均呈现增长。

从非影院放映市场细分来看,电视点播(TV VOD)的份额最高,占非影院市场总量的55.7%。而互联网点播(Internet VOD)较上年大幅增长59.2%,与电视点播的差距缩小至37.4%。流媒体平台(OTT)的增长引人注目,占互联网视频点播的很大一部分(94.6%)。与此同时,这一结果似乎受到了一些大投资影片与特定OTT平台独家签约,无法在网络电视(IPTV)等平台上播出的影响。这种独家发行已经成为打破束缚的一个问题。另一方面,DVD和蓝光碟片的销售收入略高于上年的77亿韩元,电视台电影频道播放权的销售额为233亿韩元,与上年持平。

从复苏到2022年的增长,海外出口同比增长47%,韩国成片出口创历史新高

2022年,韩国影片海外出口大幅增长。重返疫情期间只在网上市行的电影市场现场,有助于确保出口路线,而全球流媒体平台(OTT)的影响对韩国内容产品的兴趣增加也有利于海外出口。2022年,韩国电影海外出口总收入为71,465,380美元(合923亿韩元),与上一年相比增长47.0%。其中,韩国电影成片出口收入为71,440,380美元,比上年增长66.0%。

这是自2005年以来的最高水平,当年韩国电影出口创下了7599万美元的最佳成绩。

相比之下,与上一年相比,由于缺乏有意义的出口业绩,影视服务部门的出口业绩大幅下降。就2022年韩国电影的区域出口收入而言,亚洲以48.2%的份额保持其主导地位,尽管该份额低于上一年。《胜负》(The Match)等作品在2022年选择了OTT发行而不是影院发行,包括“全世界”在内的其他地区的合同金额大幅增加。在按已完成作品版权类型划分的出口收入方面,“所有版权”交易的所占份

额最高,为85.3%。

独立电影和艺术电影上映357部,同比下降20.7%。独立电影和艺术电影的观影人次为382万,占总观影人次的3.4%,在过去五年中持续下降

2022年上映的独立/艺术电影数量较上一年减少了20.7%,共计357部。它们也占所有上映电影的21.7%,与上一年相比下降了5.8%。独立/艺术电影观影人次总数为382万人次,同比下降9.6%,为2018年以来连续第五年下降。2022年,独立/艺术电影占年度总观影人次的3.4%,是自2015年以来的最低份额。另一方面,韩国本土独立电影和艺术电影的观影人次为125万,比上年略有增长0.6%。

独立艺术电影的总票房收入为353亿韩元,与上一年相比略有下降1.7%,其占总票房收入的份额也下降了3.2%至3.0%。然而,韩国本土独立/艺术电影的票房收入为108亿韩元,高于新冠疫情之前的2018年。虽然韩国独立电影/艺术电影的观影人次和票房收入较上年略有增长,但所有影片的观影人次和票房收入的整体增幅要大得多,增长率分别为86.4%和98.5%,导致整体份额下降。

纵观2022年韩国独立/艺术电影的票房,前十名中有3部纪录片和3部动画片,而以演员情感表演为特色的剧情片类型也广受好评。其中3部电影,《你是曹国》(The Red Herring)、《大巫歌:恨与兴》(DAEMUGA)和《我的烛光》(Candlelight Revolution),在独立/艺术电影整体票房中排名前十。外国独立/艺术电影在票房排行榜前十名中分布相对较好,来自不同的国家和不同的类型。日本爱情片《今夜,就算这份爱恋从世界上消失》(Even If This Love Disappears from the World Tonight)在独立/艺术电影整体票房中名列前茅,该片通过社交媒体推广和口碑相传取得了惊人的成功。

在过去五年中,电影院的数量首次增加,但座位数量却减少了……在高端化策略的影响下,影院数量同比增长3.5%至561家,而座位数减少0.8%至466,680个

截至2022年12月31日,韩国运营中的影院数量为561家,同比增长19家,增长率为3.5%。银幕数为3322块,同比增长2.1%(68块),而座位数为466,680个,同比减少3700个,下降率为0.8%。五年来,电影院数量首

次增加,而座位数量减少。这种趋势可以归因于影院的高档战略,因为它们旨在区分观看体验并在面对消费者多样化的电影观看方式时能够生存下来。

2022年韩国共新开影院27家,其中17家为连锁影院(7家直营,10家委托),10家为非多厅影院(7家小型影院)。多厅连锁影院位于新城镇和文化综合体中。非多厅影院要么以差异化的电影体验为特色,要么是旨在扩大边远地区覆盖率的小型电影院。2022年关闭的影院数量与去年相似。

452家影院(80.6%)是多厅影院,大韩电影院(Daehan Cinema)是唯一一家不属于四大连锁影院(CJ CGV影院、乐天电影院、Megabox影院和Cine Q影院)的影院。多厅连锁影院占据了总受众的96.1%和票房收入的97.1%。2022年,专业银幕共547块,按年增长22.9%(增加102块)。2022年有61家小型电影院(7家新开业),68块银幕专门用于独立/艺术电影的放映。

韩国商业电影的回报率为-0.3%,从疫情期间的平均回报率-20%中恢复

接受2022年制片成本调研的197部韩国电影(放映超过40场的电影)的总制作成本为5288亿韩元,平均每部电影为26.8亿韩元。平均净制作成本为21.4亿韩元(占总制片成本的79.9%),平均宣发成本为5.4亿韩元(占总成本的20.1%)。净制作成本在30亿韩元或以上的36部商业电影,总制片成本为4483亿韩元,平均每部电影的总制片成本为124.6亿韩元,平均净制作成本为99.9亿韩元,平均每部电影的宣发成本为24.7亿韩元。对于128部独立/艺术电影,总制片成本为436.7亿韩元,平均每部电影的总制片成本为3.6亿韩元,平均每部电影的净制作成本为2.8亿韩元,平均每部电影的宣发成本为9000万韩元。

2022年36部商业电影的平均预期回报率估计为-0.3%,表明从2020年(-30.4%)和2021年(-22.9%)因新冠疫情而引发的大幅下降中部分恢复过来。然而,该行业仍未能恢复盈利。从净制作成本来看,净制作成本在80亿-150亿韩元之间的电影(6部电影)的回报率最高,为108.2%,超过150亿韩元的电影(6部电影)的利润率为9.7%。然而,其余细分市场显示出赤字回报率,细分市场中回报率最低的是成本在50亿-80亿韩元(13部电影)的影片,估计回报率为-59.1%。

(韩国电影委员会 KOFIC 政策研究部)

国际票房点评  
7月14日—7月16日

## 《碟中谍7:致命清算(上)》国际市场夺冠 四部中国影片进前十名

■编译/谷静

上周末,派拉蒙公司的《碟中谍7:致命清算(上)》在70个国际市场上上映(含预先点映)首周末票房1亿5500万美元,加上北美本土的票房,其全球累计票房已达2亿3500万美元。该片在35个市场取得了《碟中谍》系列电影中的最高首周末票房,其中在中国的票房最高,当地票房为2540万美元;其次是韩国,当地票房为1430万美元;英国/爱尔兰紧随其后,自周一(7月10日)上映后7天票房预计为1380万美元;印度为900万美元;澳大利亚为830万美元;法国为770万美元;中国台湾为700万美元。该片的IMAX银幕票房为2500万美元。

第二名是中国影片《八角笼中》,该片周末三天新增票房4590万美元,其累计票房已达2亿758万美元。榜单上的第三名、第七名和第九名也都为中国



影片。第三名是上上个周末排在第六名,靠口碑上升了三个位次的《长安三万里》,该片新增周末票房4380万美

元,其累计票房已达9490万美元。第七名是《消失的她》,周末新增票房1600万美元,其累计票房已达4亿6860万美元。第九名是《茶啊二中》,周末票房1280万美元,其累计票房已达1780万美元。

第四名是迪士尼公司发行的皮克斯动画影片《疯狂元素城》,上周末新增国际票房2820万美元,该片的国际累计票房已达1亿8640万美元,全球累计票房已达3亿1170万美元。从累计票房方面看,韩国以3260万美元继续领跑国际市场;其次是墨西哥,当地累计票房已达1640万美元;中国当地累计票房已达1570万美元;法国当地累计票房已达1190万美元;巴西当地累计票房已达1000万美元;澳大利亚当地累计票房已达990万美元;英国/爱尔兰当地累计票房已达860万美元。

全球票房周末榜(7月14日-7月16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
《碟中谍7:致命清算(上)》 Mission: Impossible - Dead Reckoning Part One	\$211,200,000	\$155,000,000	\$56,200,000	\$235,004,000	\$155,000,000	\$80,004,000	派拉蒙	71	派拉蒙
《八角笼中》 Never Say Never	\$45,873,000	\$45,873,000		\$207,581,000	\$207,581,000		MYWY	1	猫眼
《长安三万里》 Chang An San Wan Li	\$43,750,400	\$43,750,400		\$94,864,400	\$94,864,400			1	小宇宙
《疯狂元素城》 Elemental	\$36,900,000	\$28,200,000	\$8,700,000	\$311,689,287	\$186,400,000	\$125,289,287	迪士尼	52	迪士尼
《潜伏5:红门》 Insidious: The Red Door	\$34,500,000	\$21,500,000	\$13,000,000	\$122,585,554	\$64,500,000	\$58,085,554	索尼	58	索尼
《夺宝奇兵5:命运转盘》 Indiana Jones and the Dial of Destiny	\$29,000,000	\$17,000,000	\$12,000,000	\$302,359,865	\$157,000,000	\$145,359,865	迪士尼	53	迪士尼
《自由之声》 Sound of Freedom	\$27,000,000		\$27,000,000	\$85,498,581		\$85,498,581		1	ANGEL
《消失的她》 Lost In The Stars	\$16,375,108	\$16,112,000	\$263,108	\$468,576,704	\$467,138,000	\$1,438,704	MULTI	5	淘票票
《你想活出怎样的人生》 How Do You Live?	\$13,215,000	\$13,215,000		\$13,215,000	\$13,215,000		东宝	1	
《茶啊二中》 Oh My School!!	\$12,826,000	\$12,826,000		\$17,837,000	\$17,837,000		MULTICN	1	光线

北美票房点评  
7月14日—7月16日

## 《碟中谍7:致命清算(上)》北美夺冠

■编译/谷静

上周末,派拉蒙/Skydance出品的《碟中谍7:致命清算(上)》尽管未达到预期,但仍以周末三天票房5620万美元的成绩排在北美周末票房榜第一名。该片在北美上映五天的总票房为8000万美元,以上周二点映700万美元启动,击败了《碟中谍2》2000年未经通胀调整的7880万美元的五天成绩,2018年的《碟中谍6:全面瓦解》仍然以未经通胀调整的6120万美

元的成绩保持着首周末三天的最好成绩。《碟中谍7》观众占比重男性占60%,其中55%的观众年龄在35岁以上,是按年龄分组中,份额占比最高的组别。该片预算3亿美元,影院出口评分为A级,据派拉蒙高管称,该片在美国西部和东北部地区的分数高一些,而在中西部、中南部和东南部地区的评分较低。加拿大的市场份额高达10.7%(年度票房整体占比

为8.9%)。

第二名是上映第二周的剧情片《自由之声》,以2700万美元的周末票房成绩较首映周末(第三名)上升了一个位次,该片的北美累计票房已达8550万美元。

第三名是索尼银幕宝石的《潜伏5:红门》,上周末新增票房1300万美元,较上上个周末跌幅为60.6%,该片北美累计票房已达5810万美元。

美国周末票房榜(7月14日-7月16日)

名次	片名	周末票房/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	《碟中谍7:致命清算(上)》 Mission: Impossible - Dead Reckoning Part One	\$56,200,000	-	4327	\$12,988	\$80,003,550	1	派拉蒙	
2	《自由之声》 Sound of Freedom	\$27,000,000	37.20%	3265	413	\$8,269	\$85,498,581	2	Angel Studios
3	《潜伏5:红门》 Insidious: The Red Door	\$13,000,000	-60.60%	3188	-	\$4,077	\$58,085,554	2	银幕宝石
4	《夺宝奇兵5:命运转盘》 Indiana Jones and the Dial of Destiny	\$12,000,000	-56.20%	3865	-735	\$3,104	\$145,359,865	3	迪士尼
5	《疯狂元素城》 Elemental	\$8,700,000	-13.30%	3235	-205	\$2,689	\$125,289,287	5	迪士尼
6	《蜘蛛侠:纵横宇宙》 Spider-Man: Across The Spider-Verse	\$6,050,000	-24.70%	2577	-446	\$2,347	\$368,797,609	7	哥伦比亚
7	《变形金刚:超能勇士崛起》 Transformers: Rise of the Beasts	\$3,420,000	-33%	2041	-434	\$1,675	\$152,764,587	6	派拉蒙
8	《不要见怪》 No Hard Feelings	\$3,300,000	-38.90%	2053	-633	\$1,607	\$46,590,171	4	索尼
9	《兜风》 Joy Ride	\$2,575,000	-55.70%	2820	-	\$913	\$10,616,997	2	狮门
10	《小美人鱼》 The Little Mermaid	\$2,350,000	-36.30%	1615	-465	\$1,455	\$293,916,557	8	迪士尼