

国际票房点评

9月26日—9月28日

《一战再战》国际市场夺冠

■ 编译/谷 静

9月26日-9月28日周末,保罗·托马斯·安德森执导的华纳兄弟影片《一战再战》在74个国际市场首周末票房**2610**万美元,位居当周末国际周末票房榜第一名,略高于映前的预测。其全球首周末票房**4850**万美元。这是安德森在法国、德国、意大利、英国、澳大利亚、巴西和墨西哥等68个国际市场首周末票房最高的影片。按照9月28日的汇率计算,该片在国际市场的整体票房和同类电影票房均高于《逃离德黑兰》(+104%)、《罪人》(+55%)、《花月杀手》(+10%)和《无间行者》(+8%)。总体而言,首周末票房收入排名前五名的市场是:英国(340万美元)、法国(340万美元)、德国(200万美元)、意大利(140万美元)和沙特阿拉伯(130万美元)。尚待发行的国家有韩国(10月1日)、日本和土耳其(10月3日)以及中国(10月17日)。*IMAX* 银幕的全球首周末票房收入为**750**万美元,其中来自**378**家国际市场中的*IMAX* 影厅的票房



收入为**290**万美元。第二名是日本影片《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》,该片全球累计票房突破**6**亿美元,据索尼影业统计,已达**6.054**亿美元。其中,**3.054**亿美元来自*Crunchyroll*/索尼负责发行的市场。该片当周末新增**1920**万美元,

其中**1210**万美元来自**62**个国际市场。*Crunchyroll*/索尼负责发行的市场中排名前五名的地区是:墨西哥(当地累计票房已达**1660**万美元,史上排名第一的动漫)、德国(当地累计票房已达**1250**万美元)、法国(当地累计票房已达**1230**万美元)、印度(当地累计票房已达**900**万美元,史上排名第一的动漫)和英国(当地累计票房已达**840**万美元)。第三名是华纳兄弟公司出品的《招魂4:终章》当周末全球累计票房突破**40**亿美元,在其上映的第四周从76个国际市场新增票房**1540**万美元,国际累计票房已达**2.744**亿美元,全球累计票房已达**4.36**亿美元。国际票房排名前五名的市场分别是:墨西哥(当地累计票房已达**2850**万美元)、英国(当地累计票房已达**2210**万美元)、法国(当地累计票房已达**1800**万美元)、巴西(当地累计票房已达**1640**万美元)和德国(当地累计票房已达**1440**万美元)。

全球周末票房榜(9月26日-9月28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
《一战再战》 One Battle After Another	\$48,500,000	\$26,100,000	\$22,400,000	\$48,500,000	\$26,100,000	\$22,400,000	华纳兄弟	75	华纳兄弟
《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》 Demon Slayer: Kimetsu No Yaiba Infinity Castle	\$24,279,200	\$17,179,200	\$7,100,000	\$605,400,000	\$487,224,000	\$118,176,000	MULTI	75	索尼/ Crunchyroll
《招魂4:终章》 The Conjuring: Last Rites	\$22,260,000	\$15,400,000	\$6,860,000	\$435,854,000	\$274,400,000	\$161,454,000	华纳兄弟	77	华纳兄弟
《盖比的娃娃屋大电影》 Gabby's Dollhouse: The Movie	\$19,233,000	\$5,533,000	\$13,700,000	\$19,377,000	\$5,677,000	\$13,700,000	环球	38	环球
《731》 731	\$15,244,100	\$15,244,100		\$208,292,824	\$207,952,400	\$340,424	WGUI	6	北京环鹰时代
《链锯人 剧场版:蕾塞篇》 Chainsaw Man - The Movie: Reze Arc	\$13,285,400	\$13,285,400		\$26,000,000	\$26,000,000		MULTI	14	
《重出江湖》 They Call Him OG	\$10,451,600	\$9,030,000	\$1,421,600	\$26,796,137	\$21,700,000	\$5,096,137	MULTI	20	PRATH
《唐顿庄园3》 Downton Abbey: The Grand Finale	\$8,377,000	\$5,077,000	\$3,300,000	\$77,129,000	\$38,121,000	\$39,008,000	环球	39	焦点
《陌生人:第二章》 The Strangers: Chapter 2	\$7,189,000	\$1,289,000	\$5,900,000	\$7,203,100	\$1,303,100	\$5,900,000	MULTI	19	狮门
《死亡竞赛》 The Long Walk	\$6,621,000	\$3,221,000	\$3,400,000	\$41,078,500	\$12,264,500	\$28,814,000	MULTI	49	狮门

北美票房点评

9月26日—9月28日

《一战再战》北美夺冠

■ 编译/谷 静

9月26日-9月28日周末,华纳兄弟的新片《一战再战》在美国/加拿大的**3634**家影院上映,周五单日票房**880**万美元,周六单日票房**770**万美元,周日单日票房**580**万美元,首周末票房为**2240**万美元,其全球首周末票房为**4850**万美元,其最终财务命运将取决于其**1.3**亿至**1.4**亿美元的制片成本,这部电影的盈亏平衡点在**2**亿美元的全球票房门槛以上。*CinemaScore* 评分为**A**,**74%**的人强烈推荐。**18-25**岁男性观众(**32%**)给了该片一个大大的**A+**。*PostTrak* 的评分是**4.5**星(满分5星)。

第二名是环球影业的新片《盖比的娃娃屋大电影》,当周末在北美的**3500**家影院上映,周五单日票房**430**万美元,周六单日票房**550**万美元,周日单日票房**380**万美元,首周末三天票房**1370**万美元。这是一部幼儿剧,净制片成本为**3200**万美元,更大的收益亮点在于周边商品(这个女孩品牌实际上售出了**400**万个娃娃屋)。在品牌合作方面,影片推出了受电影启发的乐高积木,与女童子军合作制作公益广告和限量版徽章。此外,影片还推出了盖比主题的“家庭厨师”餐盒、*Ella+Mila* 定制

指甲油、“我的色彩”(Color Me Mine)盖比主题陶器,以及一款*Menchie's* 主题蛋糕口味。洛杉矶和北卡罗来纳州夏洛特的营地商店也被改造成沉浸式的盖比娃娃屋体验区。预告片在上映前就已获得**1.05**亿次观看。第三名是日本动漫影片《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》,该片当周末在**2984**家影院首映,周五单日票房**180**万美元,周六单日票房**300**万美元,周日单日票房**220**万美元,周末三天票房**710**万美元,其北美累计票房已达**1.181**亿美元。

美国周末票房榜(2025年9月26日-9月28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	《一战再战》 <i>One Battle After Another</i>	\$22,400,000	-	3634	\$6,164	\$22,400,000	1	IMAX
2	《盖比的娃娃屋大电影》 <i>Gabby's Dollhouse: The Movie</i>	\$13,700,000	-	3500	\$3,914	\$13,700,000	1	环球
3	《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》 <i>Demon Slayer: Kimetsu No Yaiba Infinity Castle</i>	\$7,100,000	-59%	2984	\$358	\$118,175,847	3	索尼
4	《招魂4:终章》 <i>The Conjuring: Last Rites</i>	\$6,860,000	-44.10%	3083	\$330	\$161,454,110	4	华纳兄弟
5	《陌生人:第二章》 <i>The Strangers: Chapter 2</i>	\$5,900,000	-	2690	\$2,193	\$5,900,000	1	狮门
6	《他》 <i>Him</i>	\$3,650,000	-72.50%	3168	\$1,152	\$20,793,925	2	环球
7	《死亡竞赛》 <i>The Long Walk</i>	\$3,400,000	-45.40%	2297	\$548	\$1,480	3	狮门
8	《唐顿庄园3》 <i>Downton Abbey: The Grand Finale</i>	\$3,300,000	-48.50%	2829	\$882	\$1,166	3	焦点
9	《蜘蛛侠1,2,3》 <i>Spider-Man/Spider-Man 2/Spider-Man 3</i> (2025年重映)	\$2,250,977	-	1485	\$1,515	\$2,250,977	1	N/A
10	《绮梦之旅》 <i>A Big Bold Beautiful Journey</i>	\$1,250,000	-61.60%	3330	\$375	\$5,922,586	2	索尼

国际票房点评

10月3日—10月5日

《神秘森林传说:第一章》国际市场夺冠 五部中国影片上榜

■ 编译/谷 静

上周末,国际票房周末榜单的冠军是印度影片《神秘森林传说:第一章》,其在18个国际市场的新增周末票房为**2485**万美元,其国际累计票房已达**3320**万美元,全球累计票房已达**3573**万美元。

第二名是中国影片《志愿军:浴血和平》,上周末新增票房**2285**万美元,其累计票房已达**5116**万美元。上周末的国际票房榜单上还有四部中国影片,其中《731》新增周末票房**1870**万美元,累计票房已达**2.52**亿美元,排在第四名;《刺杀小说家2》新增周末票房**1526**万美元,累计票房已达**3134**万美元,排在第五名;《震耳欲聋》新增周末票房**1220**万美元,累计票房已达**1450**万美元,排在第七名;《浪浪人生》新增周末票房**1130**万美



元,累计票房已达**2380**万美元,排在第八名。

全球周末票房榜(10月3日-10月5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
《泰勒·斯威夫特:歌舞女郎的官方发布会》 Taylor Swift: The Official Release Party of a Showgirl	\$46,000,000	\$13,000,000	\$33,000,000	\$46,000,000	\$13,000,000	\$33,000,000	MULTI	55	VARFILM
《一战再战》 One Battle After Another	\$32,825,000	\$21,700,000	\$11,125,000	\$101,651,000	\$58,900,000	\$42,751,000	华纳兄弟	78	华纳兄弟
《神秘森林传说:第一章》 Kantara A Legend: Chapter 1	\$26,566,840	\$24,850,000	\$1,716,840	\$35,728,845	\$33,200,000	\$2,528,845	MULTI	18	PRATH
《志愿军:浴血和平》 The Volunteers: Peace at Last	\$22,854,100	\$22,854,100		\$51,162,200	\$51,162,200		MULTICN	1	中影
《731》 731	\$18,701,000	\$18,701,000		\$252,383,777	\$251,981,000	\$402,777	WGUI	6	北京环鹰时代
《刺杀小说家2》 A Writer's Odyssey 2	\$15,264,300	\$15,264,300		\$31,338,400	\$31,338,400		MULTICN	4	华策
《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》 Demon Slayer: Kimetsu No Yaiba Infinity Castle	\$11,683,545	\$8,183,545	\$3,500,000	\$633,000,000	\$508,366,000	\$124,634,000	MULTI	63	索尼/ Crunchyroll
《招魂4:终章》 The Conjuring: Last Rites	\$13,350,000	\$9,300,000	\$4,050,000	\$458,205,000	\$290,400,000	\$167,805,000	华纳兄弟	77	华纳兄弟
《震耳欲聋》 Sound of Silence	\$12,229,000	\$12,229,000		\$14,525,000	\$14,525,000		MULTICN	1	中影
《浪浪人生》 Row to Win	\$11,335,000	\$11,335,000		\$23,783,400	\$23,783,400		MULTICN	1	猫眼

北美票房点评

10月3日—10月5日

《泰勒·斯威夫特:歌舞女郎的官方发布会》北美夺冠

■ 编译/谷 静

上周末,虽然*AMC* 影院和*Variance* 影院的《泰勒·斯威夫特:歌舞女郎的官方发布会》确实票房大卖,但周六票房较周五的**1580**万美元下滑**36%**,至**1000**万美元。该片在北美的**3702**家影院上映,周日单日票房**1000**万美元,首周末三天票房**3300**万美元。这位**14**届格莱美奖得主,之前也有过其他一些专辑的发布会借助电影来宣传,即使是品牌影响力如此强大的迪士尼,也从未尝试过在

只有两周节俭宣传的情况下将这样的大型*IP*进行影院上映。在营销活动方面,没有预告片或影院海报。只有广告牌、网站、电子邮件,以及拥有超过五亿粉丝的*Swift* 社交媒体平台。这是一个值得学习的票房案例,而且竞争对手的电影公司都会试图效仿。

第二名是华纳兄弟的新片《一战再战》,上周末在美国/加拿大的**3634**家影院上映,周五单日票房**330**万美

元,周六单日票房**440**万美元,周日单日票房**330**万美元,周末三天票房**1110**万美元,上映两周其北美累计票房已达**4270**万美元。第三名是*A24* 发行的巨石强森执导的新片《粉碎机》,上周末在北美的**3345**家影院上映,周五单日票房**270**万美元,周六单日票房**180**万美元,周日单日票房**140**万美元,首映周末**600**万美元,创下了强森的票房新低。

美国周末票房榜(2025年10月3日-10月5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	《泰勒·斯威夫特:歌舞女郎的官方发布会》 <i>Taylor Swift: The Official Release Party of a Showgirl</i>	\$33,000,000	-	3702	\$8,914	\$33,000,000	1	AMC影院
2	《一战再战》 <i>One Battle After Another</i>	\$11,125,000	-49.40%	3634	\$3,061	\$42,751,146	2	IMAX
3	《粉碎机》 <i>The Smashing Machine</i>	\$6,000,171	-	3345	\$1,793	\$6,000,171	1	A24
4	《盖比的娃娃屋大电影》 <i>Gabby's Dollhouse: The Movie</i>	\$5,200,000	-62%	3507	\$1,482	\$21,609,390	2	环球
5	《招魂4:终章》 <i>The Conjuring: Last Rites</i>	\$4,050,000	-40%	2753	\$330	\$1,471	5	华纳兄弟
6	《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》 <i>Demon Slayer: Kimetsu No Yaiba Infinity Castle</i>	\$3,500,000	-50.70%	2547	\$1,374	\$124,633,973	4	索尼
7	《阿凡达:水之道》 <i>Avatar: The Way of Water</i> (2025年重映)	\$3,194,000	-	2140	\$1,492	\$3,194,000	1	迪士尼
8	《陌生人:第二章》 <i>The Strangers: Chapter 2</i>	\$2,800,000	-51.80%	2690	\$1,040	\$10,692,194	2	狮门
9	《好狗狗》 <i>Good Boy</i>	\$2,253,000	-	1650	\$1,365	\$2,253,000	1	IFC影业
10	《死亡竞赛》 <i>The Long Walk</i>	\$1,700,257	-48.70%	1930	\$880	\$31,924,000	4	狮门