

# 欧洲影院对夏季票房反弹寄予厚望

■ 编译如今



《拜拜笨蛋》

随着欧洲大陆的电影院重新开放,法国和英国在新冠病毒大流行后的电影市场开始强劲反弹。

欧洲电影市场回归的早期表现,给今年当地夏季票房反弹带来了希望。

法国和英国——欧洲大陆最大的两个影院市场——在5月中下旬的电影院重新开放后,逐渐恢复生机。尽管有单厅容量限制,并且在法国,晚上9点实行宵禁以防止夜间放映,但市场回报仍然强劲,预示着即将到来的夏季可能会有好收成。

法国于5月19日重新开放电影院,前六天的入场人次已突破210万。去年6月,在法国第一波和第二波新冠肺炎疫情之间重新开放电影院时,花了10天的时间才达到了100万的入场人次。Comscore法国部门估计,从5月19日星期三到5月23日星期日,第一个周末售出了160万张电影票,与2015年至2019年大流行前的平均5月周末观影人次相比仅下降了23%。

考虑到目前因为防疫而出现的单厅单场入场人数限制,法国电影院的票房反弹更加令人印象深刻,除了晚上宵禁之外,电影院的单厅单场容量限制为35%。

由于目前在法国发行的美国大投资很少,本土影片获得了重映的机会。在法国影院重新开放的第一周,阿尔伯特·杜邦特(Albert Dupontel)的《拜拜笨蛋》(Bye Bye Morons)——今年凯撒奖的大赢家——经由高蒙公司重新发行,票房名列前茅。日本动漫影片《鬼灭之刃:无限列车》(Demon Slayer: Mugen Train)排名第二,其次是华纳兄弟公司发行的真人动画影片《猫和老鼠》(Tom & Jerry)。

去年电影节的几部热门影片也登上了法国票房排行榜,包括昆汀·杜皮约(Quentin Dupieux)在威尼斯电影节上映的影片《育蝇奇谭》(Mandibles)、麦温(Maiwenn)获得2020年戛纳电影节标签的影片《到达挚爱》(DNA)和托马斯·温特伯格(Thomas Vinterberg)的奥斯卡获奖影



《育蝇奇谭》

片《酒精计划》(Another Round)。

“进展的非常顺利,”欧洲放映协会(UNIC(European Exhibitors Association))的首席执行官劳拉·霍尔加特(Laura Houlgatte)说,“我们甚至得到了(欧洲)不太好的天气的帮助。各个年龄段的观众都回到了电影院。”

在整个影院放映渠道中,英国电影协会称从5月17日起政府允许电影院重新开放的那一周是“非常不寻常的一周”。

英国电影院重新开放的首周末票房突破700万英镑(合1000万美元),观影人次超过100万,这是自2020年3月下旬影院被迫关闭以来的最佳周末成绩(之前本年度最好的周末是3月6日至3月8日,票房收入为1200万美元)。

英格兰、苏格兰和威尔士约有80%的电影院正在运营,但单厅单场容量限制在50%。

索尼的家庭动画长片《比得兔2:逃跑计划》2020年的复活节档期在英国上映后,因为第一次防疫封锁而被迫停映,成为首批受新冠肺炎疫情影响的电影之一,首映收入为650万美元。

英国最大的连锁影院Odeon表示,自5月17日以来,它在影院重新开放的整个星期内售出了30万张电影票,其中约60%是《比得兔2》的收入。

紧随其后的是华纳兄弟公司的《哥斯拉大战金刚》(已经在该地区以数字形式在流媒体平台上放映),收获111万美元。狮门影业的《电锯惊魂9:漩涡》(Spiral: From The Book of Saw)在首周末获得110万美元的票房,索尼的《不洁》(The Unholy)的票房为57万美元。

“有一种真正的热情——几乎是异常兴奋,”Cineworld公司旗下的Picturehouse Cinemas连锁影院的联合董事总经理克莱尔·宾斯(Claire Bims)说,“影院重开第一个周末的电影片预订量是2020年8月为《信条》重映时的‘三倍’。”

“这一次有很大的不同——人们已经很久不能够聚在一起并进入电影院了,”她指出,“而且我认为,



《弗兰琪》

老实说,流媒体平台有一段时间还不错。但是每个人都看了自己最喜欢的电影,每个人都走出了家门看了周五上映的最新电影,这就是影院与流媒体平台不同的魅力。”

除了电影院,Picturehouse还经营着专营艺术影片的Picturehouse娱乐公司的发行部门,上映的影片包括伊莎贝尔·于佩尔(Isabelle Huppert)主演的戛纳电影节影片《弗兰琪》(Frankie);昆汀·杜皮约的《鹿皮》(Deerskin),由让·杜雅尔丹(Jean Dujardin)主演;英国电视节目主持人兼导演雷吉·耶茨(Reggie Yates)的处女作《海盜》(Pirates);还有乔安娜·霍格(Joanna Hogg)的《纪念品:第二部分》(The Souvenir Part II)。宾斯说她相信在大银幕上观看这些电影的需求很大。

“在防疫封锁期间,我们忙于购买影片,如果认为人们不想来看(电影),就不会这样做,”她说,“电影院是一个店面,虽然流媒体平台有其优点,但毫无疑问,我们发行的电影类型通过在电影院中上映获得更大的知名度,而它们往往会被埋在平台上,消失得无影无踪。”

与英国和法国的乐观前景相比,欧洲其他地区的前景更加复杂。

西班牙的电影院从4月份开始重新开放,目前约有80%的电影院在营业,与2019年的水平相比,电影票的售出下降了72%。意大利电影票的售出下降接近80%,因为大型影院连锁店在没有更大投资影片的吸引观众的情况下,重新开放的速度很慢。意大利也有晚上10点宵禁的限制。

欧洲的其他五大电影市场之一的德国的电影院仍然关闭。但该国的放映和发行协会上周呼吁在7月1日重新开放全国的电影院。

总而言之,所有的迹象表明欧洲的电影市场在夏季会出现反弹。

法国于6月9日将单厅单场的观众容量提高到65%,并从6月30日开始允许电影院以100%的容量运营。全国宵禁于6月9日推迟到晚上11点,并在本月底完全取消。大多数欧洲地区的电影院已经开放,容量限制正在缓慢扩大。

“我们现在为大多数国家/地区确定了重新开放电影院的日期,”欧洲放映协会UNIC的霍尔加特说,“虽然我们不会那么快恢复到100%,但看起来今年夏天比去年更像有恢复正常的趋势。最大的不同是这次我们有了内容产品——货架上有很多电影等待上映。从我们的调查中,我们知道观众觉得电影院很安全,他们迫不及待地想回来。”

“电影院经历了艰难时期,但观众对夏季的档期感到兴奋和乐观,”瑞典电影协会(Swedish Film Institute)的托克尔·斯塔尔(Torkel Stal)说,“这是他们期待已久的。”

## 大多数人计划在新冠肺炎疫情后增加娱乐消费

一项名为《永远改变:COVID-19对娱乐业的持久影响》(Forever Changed: COVID-19's Lasting Impact on the Entertainment Industry)的新研究发现,三分之一的消费者表示,他们的爱好也因为娱乐产品的影响而有所改变,受到了《后翼弃兵》(The Queen's Gambit)的启发而开始玩国际象棋;或者受到了《布里奇顿》(Bridgerton)的启发开始刺绣。

毫无疑问,新冠肺炎疫情改变了消费者接触内容产品的方式和时间。但是,既然这些消费者正在摆脱长时间防疫隔离的孤独,这些消费习惯中的任何一个会坚持下去吗?

这是著名好莱坞机构的数据和分析机构UTA IQ近期发布的一项新研究的重点。该研究——以1000名18-54岁美国成年人为全国代表性的样本——标题为《永远改变:COVID-19对娱乐业的持久影响》,是两部分研究的一部分,后一部分侧重于现场娱乐活动。该报告是在该部门对病毒大流行开始时研究媒体和娱乐消费,并对消费者进行调查一年之后发布的。

能够激起电影公司和流媒体平台兴趣的调查结果,预计消费将保持高位,84%的人报告说他们在新冠肺炎疫情期间花在娱乐上的时间比上一年多,67%的人打算在新冠肺炎疫情后花更多时间在娱乐活动上面。

十分之七的消费者还在报告中说,在新冠肺炎疫情期间他们使用了多个流媒体平台,同样的数据表示他们将来会继续吸引收入。三分之一的受访者表示他们计划订阅或使用更多的流媒体平台;四分之一的受访者计划消费更多类型的流媒体平台;三分之一的受访者表示他们计划通过不同的渠道消费更多的国际内容和/或剧情类作品。

五分之一的受访者表示,与新冠肺炎疫情之前相比,他们现在更愿意为名人/有影响力的主创的独家内容付费。与此同时,一半的消费者表示他们对偶像的粉丝粘性在新冠肺炎疫情期间得到了加强;三分之一的受访者表示,他们的爱好也因为娱乐产品的影响而有所改变,受到了《后翼弃兵》的启发而开始玩国际象棋;或者受到了《布里奇顿》的启发开始刺绣。

UTA IQ的全球负责人乔·凯斯勒(Joe Kessler)解释说:“事实证明,娱乐产品和媒体是我们逃离居家生活的可靠途径。现在的关键问题是,消费者在特殊时期养成的娱乐习惯,会不会让位于行为和期望的更持久的转变。消费者告诉我们的是,现在他们已经形成了许多新习惯,他们不会轻易改变。”



《后翼弃兵》



《布里奇顿》