

国际票房点评
11月4日—11月6日

《黑亚当》国际市场连冠

■编译/如今

上周末,华纳兄弟/新线/DC公司的《黑亚当》上映第三周,再次领跑国际周末票房,在76个地区新增票房2540万美元,跌幅为34%,其累计国际票房已达1亿8230万美元,全球累计票房已达3亿1970万美元。上周末,该片票房最高的影片是英国/爱尔兰为230万美元;其次是墨西哥新增周末票房200万美元;巴西新增周末票房190万美元;德国新增周末票房150万美元。从累计票房方面看,英国/爱尔兰成绩最好,当地累计票房已达1930万美元;其次法国当地累计票房已达1370万美元;墨西哥当地累计票房1280万美元;巴西当地累计票房1220万美元;澳大利亚当地累计票房990万美元;德国当地累计票房800万美元。IMAX银幕的票房占比为6.5%,已达2100万美元。12月2日该片将在日本上映。

第二名是日本动漫影片《航海王:红发歌姬》,影片上周末扩大了其国际发行版图,尤其是在欧洲和拉丁美洲,国际周末票房收入为660万美元,将其国际累计票房推高至1亿6240万美元(包括自8月6日在日本上映以来的1亿2020万美元),其全球累计票房已达1亿



7190万美元。这是《航海王》系列第15部影片,改编自织田荣一郎的漫画。第三名是索尼/哥伦比亚公司发行的《鳄鱼莱莱》,上周末新增国际票房600万美元,其国际累计票房已达2720万美元,其全球累计票房已达6380万美元。

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
《黑亚当》 Black Adam	\$43,920,000	\$25,400,000	\$18,520,000	\$319,665,701	\$182,300,000	\$137,365,701	华纳兄弟	77	华纳兄弟
《航海王:红发歌姬》 One Piece Film: Red	\$16,033,251	\$6,558,000	\$9,475,251	\$171,918,251	\$162,443,000	\$9,475,251	MULTI	44	CRUNCHY
《天堂门票》 Ticket To Paradise	\$11,291,000	\$2,781,000	\$8,510,000	\$137,218,120	\$90,484,000	\$46,734,120	环球	79	环球
《鳄鱼莱莱》 Lyle, Lyle, Crocodile	\$9,360,000	\$6,000,000	\$3,360,000	\$63,766,868	\$27,200,000	\$36,566,868	索尼	49	索尼
《危笑》 Smile	\$9,100,000	\$5,100,000	\$4,000,000	\$202,907,075	\$103,800,000	\$99,107,075	派拉蒙	63	派拉蒙
《恶魔的光火》 Prey for the Devil	\$7,551,000	\$3,676,000	\$3,875,000	\$24,920,710	\$11,277,000	\$13,643,710	MULTI	42	狮门
《万里归途》 Home Coming	\$3,832,000	\$3,832,000		\$211,000,000	\$211,000,000		MULTI	7	华策
《伊尼舍林的报丧女妖》 The Banshees of Inisherin	\$3,101,000	\$1,100,000	\$2,001,000	\$10,234,102	\$7,200,000	\$3,034,102	DISNEY	2	SL
《月光光心慌慌:终结》 Halloween Ends	\$3,069,000	\$1,669,000	\$1,400,000	\$102,907,190	\$39,462,000	\$63,445,190	环球	77	环球
《阿姆斯特丹》 Amsterdam	\$2,313,000	\$2,200,000	\$113,000	\$27,705,472	\$12,900,000	\$14,805,472	DISNEY	38	20世纪

北美票房点评
11月4日—11月6日

《黑亚当》北美连冠

■编译/如今

上周末的北美票房的周末总票房为5770万美元,较上上个周末下跌15%,是全年票房第八低的票房。上周末依然是华纳兄弟公司发行的《黑亚当》,影片在上映的第三个周末新增1850万美元,较上上个周末下跌33%,其北美累计票房已达1亿3700万美元。本周末,超级英雄影片《黑豹2》将上映,《黑亚当》的市场空间将被挤压,可能来不及用北美本土票房平衡其2亿美元的预算。

第二名是日本动漫影片《航海王:红发歌姬》,该片上周末在北美首映,收获票房950万美元,这对于动漫影片来说是一个不错的成绩,继续显示了北美的动漫市场的不断扩大。几年前,如果一部动漫影片在包括IMAX银幕和其他优质大屏在内的2367块银幕上映,获得近1000万美元的票房收入,将是令人惊讶的,但是现在已经成为常态了。

第三名依然是《天堂门票》,影片上映第三周新增票房850万美元,跌幅仅为14%,其北美累计票房已达4670万

美元。影片上周末在北美的4066块银幕上放映,平均单银幕收入为2092美元。该片有可能在接下来的感恩节假期大放异彩。

第四名是秋季的最大赢家《危笑》,上映第六个周末仍保持在前五名,上周末新增票房400万美元,跌幅仅为26%。影片上周末在3046块银幕上放映,平均单银幕收入为1313美元,其北美累计票房已达9910万美元,这对于一部预算1700万美元的电影来说是一项了不起的成绩。

美国周末票房榜(10月28日-10月30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	《黑亚当》 Black Adam	\$18,520,299 -32.60%	3985 -417	\$4,647	\$137,366,000	3	华纳兄弟
2	《航海王:红发歌姬》 One Piece Film: Red	\$9,475,251 -	2367 -	\$4,003	\$9,475,251	1	Crunchyroll
3	《天堂门票》 Ticket To Paradise	\$8,510,000 -13.60%	4066 374	\$2,092	\$46,734,120	3	环球
4	《危笑》 Smile	\$4,000,000 -26.40%	3046 -175	\$1,313	\$99,107,075	6	派拉蒙
5	《恶魔的光火》 Prey for the Devil	\$3,875,000 -46.10%	2980 -	\$1,300	\$13,643,710	2	狮门
6	《鳄鱼莱莱》 Lyle, Lyle, Crocodile	\$3,360,132 22.60%	3005 -130	\$1,118	\$36,567,000	5	索尼
7	《伊尼舍林的报丧女妖》 The Banshees of Inisherin	\$2,001,900 274.10%	895 837	\$2,236	\$3,035,002	3	探照灯
8	《蒂尔》 Till	\$1,875,581 -31.60%	2136 78	\$878	\$6,583,015	4	UAR
9	《月光光心慌慌:终结》 Halloween Ends	\$1,400,000 -65.50%	2929 -490	\$477	\$63,445,190	4	环球
10	《断魂小丑2》 Terrifier 2	\$1,220,625 -35.90%	1245 -305	\$980	\$9,858,975	5	Cinedigm 娱乐



廉价电影票是否应该成为英国电影院的常规活动

■编译/如今

今年9月3日,英国发行和放映行业齐聚一堂,共同举办全国电影日,所有电影票的价格为3英镑(合3.25美元)——重振自1998年以来在该地区失宠的全行业折扣促销活动。根据举办该活动的跨行业机构 Cinema First 的数据,当天观影人次飙升至146万,大约是新冠疫情之前几年同一天平均数据的三倍。

为什么英国的全国电影日没有,为什么又回来了,是否应该期待在未来看到更多相同的活动?

关于第一个问题,发行和放映业的记忆是模糊的,但值得考虑的是,1998年1月在英国上映的《泰坦尼克号》以及其出色的票房成功只是当时市场整体繁荣的一部分。电影院的观影人次在1984年已触底,为5400万,随着影院时代的到来稳步攀升,在整个1990年代持续增长——从1990年的9740万观影人次上升到2000年的1.425亿人次——进入下一个十年,在2004年达到1.712亿人次。在疫情之前的几年——2018年和2019年——英国的电影观影人次分别为1.77亿和1.761亿,是1970年以来的最高水平。

与此同时,优质大格式和更豪华、容量更小的影院放映厅兴起,导致电影的平均票价上涨速度高于一般通货膨胀率,特别是在2010年之后,2017年的平均票价达到7.49英镑(合8.08美元)的峰值。在此期间,很难证明英国电影院需要国家电影日这样的活动来吸引观众。

英国领先的发行公司和英国放映商进行了交谈,他们都同意2022年国家电影日的重现与疫情有关。“我们目前确实发现,与新冠疫情之前相比,我们的电影更少了,电影发行频率更低。”Vue集团区域内容总监爱德华·莱亚尔(Eduardo Leal)说,“这就是我们的平均观影人次不能与疫情前持平,而大约是80%的原因。”

“电影发行的平均规模和以前一样,每部电影的平均成功率和以前一样,我们只是少了三分之一或四分之一的电影,这取决于对比的时期。因此,在这样的情况下(通过折扣促销)吸引人们进来是正确的做法。”

Cinema First 的营销和合作伙伴总监莎朗·里德(Sharon Reid)对今年的国家电影日与1998年的同类活动之间的差距有不同的看法。“我认为这是1990年代后期这些活动的成功引发了该行业需要更定期的折扣优惠这种想法,但要专注于推动增加观影人次,”她说,

“这最终促成了2003年‘橙色星期三’活动的诞生,以及现在成功的半价票活动——这是一种与简单折扣不同且更复杂的机制——除了推动周二和周三的电影院观影人次增加外,还提高了人们对电影和电影院的认识。”

她补充说,今年2月下旬Cineworld集团的“Cineworld Day”活动取得了成功,当时其电影院(包括Picturehouse连锁店)的电影票价格均为3英镑,这引发了多家放映商就重新举办国家电影日活动的讨论。

对于电影院来说,观影人次激增的短期好处是显而易见的,电影院保留了100%的预订费以及影院内特许经营的高利润。对于发行商来说,他们看到平均电影票价会被“稀释”,也许在折扣日前后日的观影人次可能会减少一些。

环球影业国际公司英国和爱尔兰分公司的总经理罗伯特·胡伯(Rob Huber)很高兴支持国家电影日,尽管这个活动正好赶上了该公司在英国发行的独立影片《宽恕》以及重新发行《E.T.外星人》的首映周末。“我喜欢《宽恕》,但目前观众的选择倾向于更大和知名的IP,而且事实证明,中小规模投资的电影仍然更难找到观众群。”胡伯说,他选择在9月3日被确定为国家电影日之后,不改变环球影业任何在英国发行影片的上映日期。

在市场上取得成功的发行公司(包括以家庭为目标观众群的影片)看到了最明显的提升,其中包括环球影业的《小黄人大眼萌:神偷奶爸前传》(Minions: The Rise of Gru),它在上映的第10周从第六名飙升至英国和爱尔兰票房的榜首。

里德分享了来自Comscore公司提供的数据,82%的参加国家电影日的受访者表示他们是因为折扣而来的,68%的受访者表示他们未来重返电影院的可能性更大了。一项对所有英国电影观众(而不仅仅是在电影日观影的观众)进行的一项单独研究表明,其中一半人听说过国家电影日。

尽管9月3日电影院有现金收益,但Vue集团的莱亚尔坚持认为,“这不是短期的获取现金和增加爆米花收入的活动。这个活动与人们带回电影院的长期利益相关。如果你想提高知名度,如果你想提高行业士气并提醒人们电影院就在这里,这个活动对每个人、每家电影院和制片公司都是一样有利的。”



《宽恕》



《E.T.外星人》