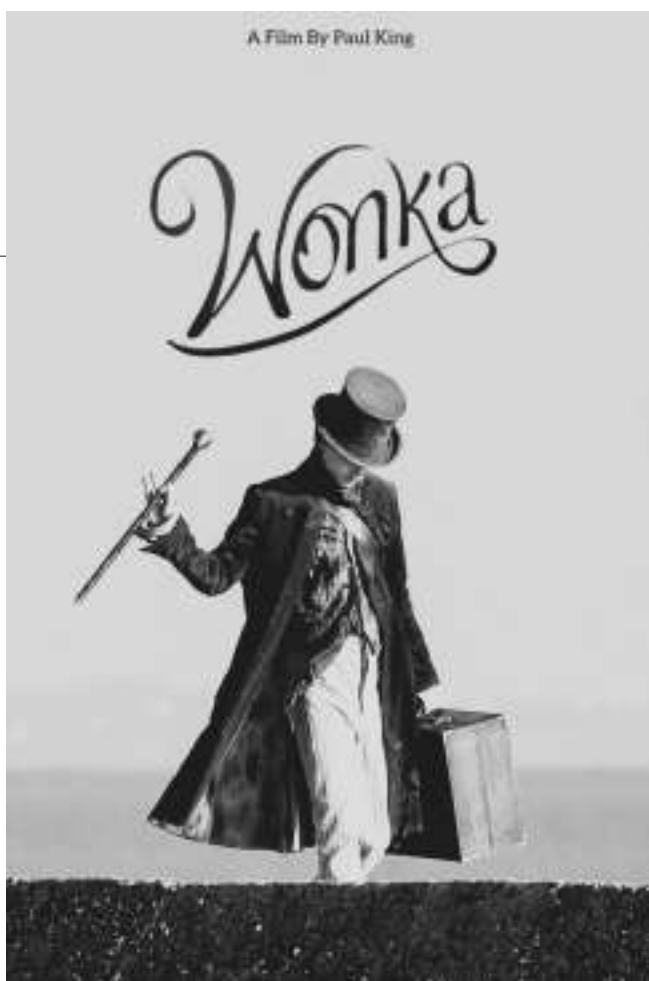


2023年全球电影业的九个话题

■ 编译谷静



《旺卡》

如何扭转全球票房
下滑30%的局面

机构预估2023年的全球票房将达到290亿美元,比2022年增长12%。这对电影院来说似乎是个好消息,但并不是他们想要的。在2017年至2019年新冠疫情前的最近三年中,全球年度票房的平均值为417亿美元,而2023年的290亿美元的估计值比该数字低30%,新冠疫情疫情仍然是一个问题。

2022年全球年度票房的增长,得益于包括《壮志凌云2:独行侠》在内的影片的强劲表现,并以《阿凡达:水之道》的强势上映结束了这一年,但仅有三部票房超过10亿美元的电影,其中包括《侏罗纪世界3》。2019年,当年上映的影片中有8部电影的全球票房达到10亿美元。

对于2023年的前景,影院运营商表现得更加乐观——尽管他们倾向于在票房预期阶段夸大片单的市场号召力,却在票房令人失望时责备它们。今年将上映三部漫威电影,一部新的《夺宝奇兵》系列影片,一部新的《碟中谍》影片(由汤姆·克鲁斯主演)、《沙丘2》、《饥饿游戏》前传以及《旺卡》(Wonka)、《超级马里奥兄弟大电影》(Super Mario Bros)、《芭比》(Barbie)和克里斯托弗·诺兰的作品《奥本海默》(Oppenheimer)。

更令人担忧的是最近偏向成人观众的电影和独立剧集的表现。随着影院窗口的倒塌,较小的发行商将需要更加努力地说服这些观众在大银幕上观看电影。

沙特阿拉伯的发展

自新冠疫情以来,沙特阿拉伯是唯一一个票房翻了一番以上的国家。预计到2030年票房收入将超过10亿美元,跻身全球电影市场前20名。电影院正在迅速建设以满足越来越多的年轻观众的需求,这些观众越来越多地接触全球电影,这得益于在吉达举办的红海国际电影节等活动。

不要小看中国

《阿凡达:水之道》于12月16日在中国上映,首日票房高达1430万美元(合1亿元人民币),这让中国电影放映业和好莱坞电影公司都松了一口气。虽然中国2022年以及现在已经看到的2023年的票房胜利主要集中在本土影片身上,但是作为一个潜力还远远没有开发完的市场,依然有进口影片发挥的空间。中国本土影片在当地市场的票房号

召力已经超过了好莱坞影片,这从某种意义上说是对所有影片在当地市场都有利的,因为有更多的当地观众回归了电影院。

改变美国流媒体平台
发行电影的优先级

去年这个时候,流媒体平台被尊为最有利可图的娱乐行业。现在的话题是在网飞十多年来首次出现净户流失、员工裁员以及60%的股价暴跌。环球影业的所有者康卡斯特集团是否会收购里德·黑斯廷斯(Reed Hastings)和泰德·萨兰多斯(Ted Sarandos)打造的现在的网飞?缺乏深度内容库且有烧钱的微软或苹果能否介入?在高通胀和迫在眉睫的衰退中,我们是否会看到捆绑产品出现,为消费者提供折扣?

流媒体无处不在,数十亿资金仍在部署内容产品的制作,这轮“游戏”的名称是国际扩张。然而,谨慎的媒体高管关注的是股东价值,而不是不惜一切代价去增加用户。华纳兄弟探索公司的CEO大卫·扎斯拉夫(David Zaslav)看好院线业务,并且在他实施价值数十亿美元的节流计划时——裁员、搁置项目并解散HBO收购团队——合并后的HBO Max+Discovery+流媒体平台将如何运作还有待观察。

新上任的迪士尼CEO鲍勃·艾格(Bob Iger)是否会按照其前任鲍勃·查佩克(Bob Chapek)的声明,让迪士尼+保持在2024财年实现盈利的轨道上?艾格在影院大获成功后将迪士尼的娱乐部门推向了业务高峰,他可能希望恢复现在还处于混乱中的发行策略的秩序。未来一年左右可能会发生很多变化,好莱坞正在密切关注。

欧洲同行面临更严格的立法

欧洲政府正在寻求将欧洲视听



《蜘蛛窝》

媒体服务(European Audiovisual Media Service,简称EAMS)指令纳入法律,而美国流媒体平台发现自己越来越多地在欧洲受到征税或投资义务的约束。EAMS要求流媒体平台在其片目中至少包含30%的欧洲作品,但由每个欧盟国家决定如何实现这一点。大多数欧洲国家都选择引入直接投资义务。法国设定了最高的投资率,迫使流媒体公司将在法国年度收入的20%投资于当地本土内容产品的拍摄。

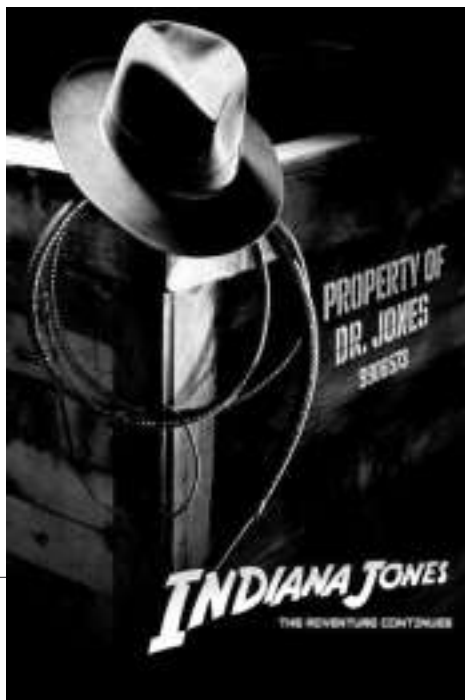
整个欧洲的税率各不相同,从意大利(占收入的17%)到西班牙(5%)、荷兰(4.5%)、瑞士(4%)和希腊(1.5%)。少数国家选择了征税。丹麦和爱尔兰都选择了征税,税收由本土影视基金机构管理。丹麦设定的税率最高,为6%。相比之下,德国为1.8%-2.5%,具体取决于流媒体平台的规模大小。

总的来说,流媒体公司不愿意将资金作为内容产品征税交给外部组织,更喜欢作为投资义务拿出资金。无论政府采取哪种方式,都意味着未来几年会有更多的欧洲电影和电视剧获得流媒体公司的资助。法国的这一系统带来了显著的行业收入,它每年可能产生2.5亿至3.5亿欧元的收入。

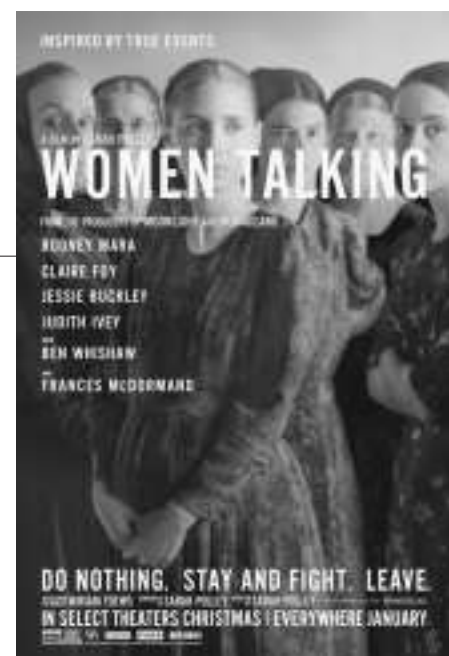
国际大型公司的出现

Fremantle公司(收购了Element影业、72影业、Lux Vide公司、Wildstar公司)、Banijay公司(Beyond公司、Mam Tor公司)、Mediawan公司(收购Plan B公司)、The North Road公司(Kinetic Content公司)、Mubi公司(收购The Match Factory公司)、Cohen传媒集团(Hanway影业)和Candle传媒(Faraway Road公司),这些公司的一系列动作意味着去年影视行业的整合并不仅限于美国公司。

尽管如此,据普华永道称,与2021年的记录相比,媒体和电信行业的交易数量在2022年放缓了26%。该公司将经济放缓部分归因于利率上升,这使得融资交易更加昂贵。许多人认为,尽管(或者可能是因为)经济面临挑战,但交易将在2023年继续进行。对内容产品的需



《夺宝奇兵5》



《女人们的谈话》

们今年的选片口味由三位白人决定。2023年将是法国性别平等组织50/50 Collectif前往戛纳抗议电影节中缺乏女性代表的第五年。尽管戛纳电影节和许多其他知名电影节都签署了《50/50 2020》承诺,但过去三届戛纳电影节每届都只有4部女性导演的电影进入主竞赛单元——仅比2018年增加了一部。

韩国内容产品的增加

各国观众的口味变得越来越多样化和国际化,这是一件好事。网飞表示,其60%以上的全球订户在2022年观看了韩国影片,而韩国内容产品在90多个国家/地区的每周排名前十名。韩国电影和连续剧长期以来一直有自己的追随者和小众影迷群,但奉俊昊的《寄生虫》获得了2020年奥斯卡金像奖最佳影片奖,这标志着韩国导演所说的“一英寸高的字幕障碍”开始被打破。不久之后,黄东赫的《鱿鱼游戏》成为网飞在全球最受欢迎的剧集,紧随其后的还有其他韩语剧集,如《非常律师禹英禛》(Extraordinary Attorney Woo)和《僵尸校园》(All Of Us Are Dead)。该流媒体平台即将推出的韩国剧集包括《爱的迫降》(Crash Landing On You)的导演李政孝(Lee Jung-hyo)的新片《李斗娜》(Doona!)和《釜山行》导演延尚昊的《寄生兽》(Parasite: The Grey)。

将于2023年上映的韩国电影包括金知云(Kim Jee-woon)导演让人期待已久的《蜘蛛窝》(Cobweb),戛纳电影节获奖演员宋康昊在片中饰演一位陷入困境的1970年代导演,他试图在审查机构的干预下重新拍摄一部电影的结局,演员和制片人都感到困惑。

而韩国电影人,例如正在为HBO拍摄《同情者》(The Sympathizer)的戛纳电影节获奖导演朴赞郁,以及正在制作将于2024年上映的科幻冒险片《米奇17》(Mickey 17)的奉俊昊,都在韩国与美国之间来回奔波,其他韩国行业专业人士被鼓励开发更加雄心勃勃的本地语言项目,以覆盖世界其他地区更广泛的受众。

求,尤其是来自流媒体平台的需求,将继续使制作公司对贸易买家具有吸引力。在流媒体行业本身,就有企业被合并的预测。

独立制片人面临艰难的一年

现在对于独立电影制片人来说,一切都很难。在电影市场较大的地区,尤其是英国,对工作人员和人才的需求没有放缓的迹象,导致制片成本居高不下,拍摄空间也非常紧张。能源成本增加、高通胀率以及脱欧影响的持续复杂性正在增加不断上升的成本,而亲密关系和健康协调员等开创性岗位需要纳入本已捉襟见肘的预算。雪上加霜的是,独立制作人擅长制作的高门槛影片正在争夺以大数据和系列影片为主流的电影院银幕,还得争夺短缺的资金和潜在观众群的眼球和注意力。

女性电影人继续发声

在夏安·海德(Sian Heder)和简·坎皮恩(Jane Campion)在2022年的奥斯卡颁奖典礼上获胜后,女性电影人似乎在好莱坞的地位有所提升。然而,今年的颁奖季展现了不同的情况,在金球奖提名中,没有一位女性获得最佳影片或最佳导演提名,只有莎拉·波莉(Sarah Polley)凭借《女人们的谈话》(Women Talking)的剧本获得提名。英国学院奖(Bafta)的入围名单情况与此类似,只有一部电影由女性执导——夏洛特·威尔斯(Charlotte Wells)的《晒后假日》(Aftersun)进入最佳影片的提名名单。

到目前为止,其他电影节表现出来的趋势都很好——圣丹斯电影节110部影片中超过50%的都是女性导演的作品。一如既往,所有的目光都将集中在柏林电影节、戛纳电影节和威尼斯电影节身上,他



《奥本海默》