

Comscore研究称影院营销是吸引观众的关键

■编译/谷静



根据票房数据收集机构Comscore在巴塞罗那举行的欧洲电影贸易大会(CineEurope trade convention)的一次私人会议上公布的研究,大多数观众是通过电影海报和影院预告片了解他们所观看的电影的。

Comscore还强调了独自观影和被动陪同这两种现象为电影院带来的机遇。

Comscore英国和爱尔兰分公司的执行董事露西·琼斯(Lucy Jones)在国际电影院联盟(International Union of Cinemas,简称UNIC)成员参加的闭门会议上展示了这些数据——这些数据基于PostTrak于2024年1月至5月对英国电影院进行的研究。

PostTrak调查显示,影院营销

(以影院海报/展示和影院预告片的形式)成为观众了解刚看过的电影的最佳方式,分别有20%和18%的观众提到了这些来源。排在第三位的是自己的朋友和家人(17%),第四位是YouTube(15%),第五位是TikTok(12%)。

与2023年1月至5月进行的同一项调查相比,这些数据发生了显著变化,当时20%的受访者提到了YouTube,超过了自己的朋友和家人(15%)、电影预告片(14%)和电影海报/展示(12%)。TikTok(11%)与电视广告和Instagram持平。

影院环境之外的营销对观众的影响下降可能是影院运营商担心的问题,也可能反映了在大片稀少的时期,制片公司和发行公

司减少了支出。相反,影院运营商可能会感到欣慰,因为电影院数字营销展示的普及——取代了印刷海报和纸板立牌——正在对观众产生影响。

PostTrak的研究还显示,接受调查的影院观众中有9%是独自前来观影的,其中男性占11%,女性占7%。“独自前来观影的观众带来了机会,我们如何帮助他们找到一个社区?”琼斯在向国际电影院联盟成员发表演讲时说道。

最有可能独自去电影院的年龄段是45-54岁人群(占受访者的21%),超过55岁以上人群(16%)。

调查中独自观影比例最高的电影是《克拉伦斯之书》(The Book Of Clarence, 23%独自观影)、

《美国小说》(American Fiction, 18%)、《灭世男孩》(Boy Kills World, 16%)、《血爱成河》(Love Lies Bleeding, 16%)和《出走俏娃娃》(Drive-Away Dolls, 15%)——这些相对小众的电影吸引了那些可能很难找到愿意有人一起陪伴去观影的观众。

在所谓的“过路人”(因为“和想看电影的人一起来”而观看电影的人)中,女性为22%,男性为19%。年龄较小的人群更有可能以“过路人”的身份前来,其中13-17岁的人最多。

一个显而易见的结论是:刺激更多“过路人”与单独观众前来影院,将为电影院和发行公司带来票房收入的增长,并增加小卖部食品和饮料的售出。

法国电影票房上半年保持稳定

■编译/谷静



《多了一些什么》



《基督山伯爵》

根据法国国家电影中心(CNC)的数据,6月份,该国观众纷纷涌入电影院,票房比2023年6月增长了28.9%,总入场人次达到1320万。

这是自2013年6月1380万入场人次以来的最好成绩。6月29日举行的为期五天的年度“电影节”(Fête du Cinema)放映商活动推动了票房的增长,该活动的票价仅为5欧元。首日收入140万张电影票,创下了该活动20多年来的最高纪录。

尽管今年的开局并不顺利,今年前四个月的票房同比下降——1月份下降了7.5%,2月份下降了16.4%,3月份下降了3.6%,4月份下降了36.2%——但在“爆款”影片《多了一些什么》(A Little Something Extra)的成功带动下,5月份的票房出现了可喜的回升,入场人数增长了13.6%,达到1560万人次。

尽管票房年初有所下滑,但近期的复苏仍保持稳定,这主要归因于2023年美国罢工后缺乏美国大片,今年上半年售出了8450万张电影票,但与2023年同期相比仍下降了7.2%。今年上半年,法国电影在影院中占主导地位,市场份额为46.4%,而美国影片仅为31.9%。相比之下,去年美国影片的市场份额为44.2%,法国影片为42.4%。

6月份共有55部影片上映,比2023年的58部略有下降,其中包括29部法国影片和7部美国影片。

迪士尼和皮克斯的《头脑特工队2》于6月19日在法国

上映,截止到7月3日,其在法国已售出320万张电影票,但6月份的190万张电影票还不足以超越Pan发行公司的当月冠军《多了一些什么》,后者仅在6月份就售出了320万张电影票。如今,该片的观影人次已突破800万。

百代电影公司的史诗片《基督山伯爵》以时尚的方式于6月28日的周五上映,该片在首映周末三天内售出659,000张票,位居6月份票房第四位。

索尼的《绝地战警:生死与共》和迪士尼的《猩球崛起:新世界》位列第三。

7月和8月对法国行业来说将是前所未有的,尤其是巴黎地区,因为届时将迎来奥运会和残奥会。计划重新发行带有英文字幕的热门法国电影,包括UCG于2001年发行的《天使爱美丽》和高蒙影业以及Studiocanal公司于2011年发行的《触不可及》。

Pan发行公司正在巴黎以及法国南部等热门度假胜地发行一本英文字幕的《多了一些什么》。

7月份上映的电影包括《神偷奶爸4》《龙卷风》《死侍与金刚狼》《决战豪门3:金钱的代价》和《加菲猫家族》。但相对《芭比》和《奥本海默》在2023年7月大放异彩,今年要想超越去年同期将是一个不小的挑战。

8月份是法国的典型夏季,今年8月份上映的大片特别少,而9月份将在威尼斯电影节首映的《阴间大法师2》《双狼》和《地平线》。

本土电影大获成功,2024年上半年中国香港票房仍下跌17%

■编译/谷静



《还是觉得你最好2》



《九龙城寨之围城》

2024年上半年,尽管中国香港本土热门影片《九龙城寨之围城》(Twilight Of The Warriors)创下了破纪录的表现,但中国香港票房仍大幅下滑至8190万美元(约合6.4亿港元),同比下降17%。

这部在戛纳电影节首映的动作片录得近160万入场人次,超过2023年的《毒舌律师》,成为香港有史以来入场人次最高的本地电影,如果算上外国电影,则是第二高。

这也是继《毒舌律师》之后,第二部突破1亿港元的香港本土电影。《毒舌律师》去年突破1亿港元,至今仍是香港电影史上票房最高的影片。

在《九龙城寨之围城》的带领下,香港本土电影成为上半年票房的绝对主力,占据了前十名的半壁

2024年上半年香港票房

- 1.《九龙城寨之围城》*/ 1340万美元 / 1.051亿港元
- 2.《还是觉得你最好2》/ 478万美元 / 3736万港元
- 3.《沙丘2》*/ 460万美元 / 3599万港元
- 4.《盗月者》/ 353万美元 / 2755万港元
- 5.《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》/ 322万美元 / 2518万港元
- 6.《12怪盗》/ 289万美元 / 2231万港元
- 7.《临时劫案》/ 272万美元 / 2122万港元
- 8.《间谍过家家 代号:白》*/ 234万美元 / 1827万港元
- 9.《功夫熊猫4》*/ 203万美元 / 1582万港元
- 10.《猩球崛起:新世界》*/ 186万美元 / 1451万港元

*仍在影院上映

资料来源:香港电影票房

江山。

喜剧续集《还是觉得你最好2》位居第二,《盗月者》位居第四,《12

怪盗》位居第六,《临时劫案》位居第七。除了《12怪盗》之外,其他影片都是在春节期间上映的。这部影片

是一部动作喜剧片,由广受欢迎的粤语流行乐队Mirror的12名成员主演,在复活节假日期间大受欢迎。

票房最高的进口影片是科幻片《沙丘2》,该片位居票房榜第三,《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》位居第五,日本动画片《间谍过家家 代号:白》排名第八。

根据香港影业协会(MPIA)和香港院线协会的附属机构香港电影票房提供的数据,上半年共有143部电影上映,其中包括22部本地影片。

《九龙城寨之围城》将有三部曲,前传和续集正在筹备中。该片于5月在戛纳电影节的午夜场单元进行了国际首映,并将于7月末作为纽约亚洲电影节(NYAFF)的闭幕电影进行北美首映。