



每年将增至2030万英镑 英国电影协会电影制作和人才发展基金

■ 编译/谷静

英国电影协会(BFI)的国家彩票基金将从2026年至2029年增加10%，未来三年将提供1.5亿英镑。

英国电影协会每年将从国家彩票“公益事业”基金中新增约5000万英镑，高于前三年的1.363亿英镑。

由英国电影协会电影制作基金和纪录片协会管理的用于电影制片人和人才发展的基金增长了13%，从2023-2026年的5400万英镑增加到未来三年的6100万英镑。

这相当于每年2030万英镑——尽管仍低于当时英国电影协会电影基金在2022/2023年分配的每年2500万英镑。

未来三年，观众发展基金将显著增加21%，达到3350万英镑，而2023-2026年则为2760万英镑。

基金将分布在六个方面，延续《银幕文化2033》(Screen Culture 2033)规划中提出的2023-2033年十年期英国国家彩票战略。部分资金流向略有调整，以更好地体现基金管理团队目前的架构。除了电影制片、人才培养和观众之外，还包括教育与文化传承、技能与劳动力发展、国际化、洞察力和产业发展。

据此前报道，自2026年4月起，英国政府文化、媒体和体育部(DCMS)将通过政府创意产业部门计划中的“银幕增长计划”，在三年中向活动、制片服务投资以及英国在主要市场和电影节的直接资助增加至7500万英镑。其中包括每年增加1800万英镑用于英国全球银幕基金，此前该基金每年获得700万英镑的资助。

通过直接支持，英国电影协会能够将国家彩票基金重新分配到电影制作和培育观众等其他领域。

为了反映这一点，现在三年内可用于国际活动的资金减少了140万英镑，低于2023-2024计划下的320万英镑，三年内可用于洞察和行业的资金为525万英镑，低于之前创新和行业服务部分的730万英镑。

英国电影协会首席执行官本·罗伯茨(Ben Roberts)表示，近期彩票基金增加、政府作为银幕增长计划的一部分加大支持力度以及独立电影税收抵免(IFTC)等措施的积极影响，应该会给英国电影业带来所需的“信心和一致性”。

“对于该行业的每个从业者来说，显然现在仍面临挑战。”他补充道。

罗伯茨表示，英国电影协会认为，观众支持是一个尤其需要加强的领域。“相比电影制片领域，培育观众方面的其他公共基金和补贴相对较少，而电影制片领域则获得了税收抵免的增加，英国全球银幕基金也获得了增长。”

“非常受欢迎的基金”

电影制片人和人才发展方面13%

的增幅将如何管理尚未确定。“我们还需要做一些工作来确定如何将这笔增加的基金分配给电影开发、制片部门，但这笔资金需求量很大，”罗伯茨说，“任何增加的基金都会受到欢迎。我们已经考虑到，独立电影税收抵免目前正在运作，而且似乎确实很有价值。”

新一轮融资的目标包括：扩大英国电影协会技能基金的范围，以支持放映、发行和游戏等更广泛行业的技能；增加英国电影协会观众项目基金面向行业的工作机会，并为发行项目提供更大的灵活性；并通过英国电影协会网络增加对短片的资助，人才发展计划还将试行为职业生涯初期的电影人提供微短片资助。

2023-2026年计划推出的主要措施包括创建英国电影协会技能集群、用于全年免费放映独立电影的开放影院基金以及帮助行业驾驭人工智能的关键建议。

电影院基础设施

罗伯茨表示，他希望能获得更多支持的一个关键领域是电影院的基础设施，而这超出了国家彩票的资助范围。

“我们没有项目基金，彩票更适合有时间限制的项目，”他解释说，“我们正在继续向文化、体育和娱乐部说明投资影院文化基础设施的必要性。我们知道独立影院确实需要这种支持。”

英国文化大臣丽莎·南迪(Lisa Nandy)近日在文化、媒体和体育委员会(CMS)发表讲话时也强调了加强对电影院的支持的必要性。

罗伯茨继续说道：“我们也将继续支持电影发行协会关于广告税减免的想法。他们不属于国家彩票的资助范围。”

他排除了文化、媒体和体育委员会在电影和高端电视剧集调查中提出的近期彩票基金可能用于支持高端电视剧集的可能性。

“我们在十年期(国家彩票基金)战略流程之初进行深入磋商时，在谈到‘宽屏’时，得到了强烈的反馈，希望不要蚕食电影业的宝贵资金，”罗伯茨说，“目前，我们正在探索一系列可能支持英国高端电视剧集发展的不同措施。彩票目前不在其中。”

英国电影协会获得国家彩票可用基金的2.7%。英国电影协会如何授予国家彩票“公益事业”基金的条款，已在文化、体育和娱乐部制定的政策方针中明确，并已纳入立法。

国家彩票基金来源于运营商Allwyn对国家彩票销售所得“公益事业”基金的预测。

国际票房点评
11月21日—11月23日

《魔法坏女巫2》国际市场夺冠

■ 编译/谷静

上周末，环球影业的新片《魔法坏女巫2》在78个国际市场首映，收获票房7600万美元，全球首周末票房估计为2.26亿美元，高于周末前的预测，也高于同系列第一部电影的票房。这部续集在国际市场上取得了惊人的成绩，在所有地区的票房都超过了前作《魔法坏女巫》。不计提前场次，该片在欧洲、中东和非洲地区的票房增长了14%，亚太地区增长了15%，拉丁美洲增长了7%。首周末排名前五名的市场分别是英国(2440万美元)、澳大利亚(860万美元)、德国(410万美元)、韩国(380万美元)和墨西哥(370万美元)。总体而言，IMAX银幕的全球票房为2110万美元，其中包括国际票房560万美元，比《魔法坏女巫》高出75%。

第二名是狮门影业的新片《惊天魔盗团3》，上周末在81个国际市场新增票房3260万美元，其国际累计票房



已达1.094亿美元，全球累计票房已达1.462亿美元。截至上周日，该片在中国和韩国的票房分别达到3420万美元和660万美元。

第三名是日本动漫影片《鬼灭之

刃：无限城篇 第一章 穹窿座再袭》，上周末在7个国际市场继续上映，新增票房1593万美元，其国际累计票房已达6.24亿美元，全球累计票房已达7.58亿美元。

全球周末票房榜(11月21日-11月23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
《魔法坏女巫2》 Wicked: For Good	\$226,042,000	\$76,042,000	\$150,000,000	\$226,042,000	\$76,042,000	\$150,000,000	环球	79	环球
《惊天魔盗团3》 Now You See Me: Now You Don't	\$41,720,000	\$32,600,000	\$9,120,000	\$146,229,000	\$109,400,000	\$36,829,000	MULTI	82	狮门
《鬼灭之刃：无限城篇 第一章 穹窿座再袭》 Demon Slayer: Kimetsu No Yaiba Infinity Castle	\$15,928,700	\$15,928,700		\$757,907,033	\$623,933,857	\$133,973,176	MULTI	7	索尼/ Crunchyroll
《狂野时代》 Resurrection	\$15,903,140	\$15,903,140		\$15,903,140	\$15,903,140		MULTI	2	猫眼
《铁血战士：杀戮之地》 Predator: Badlands	\$13,450,000	\$7,200,000	\$6,250,000	\$159,584,737	\$83,300,000	\$76,284,737	迪士尼	53	20世纪
《猎杀游戏》 The Running Man	\$12,900,000	\$7,100,000	\$5,800,000	\$48,348,000	\$21,300,000	\$27,048,000	派拉蒙	64	派拉蒙
《咒术回战 涩谷事变×死灭回游 剧场版》 JUJUTSU KAISEN: Execution	\$5,942,300	\$5,942,300		\$17,000,000	\$17,000,000		MULTI	28	
《永生战士2》 Sisu: Road to Revenge	\$3,900,000	\$1,300,000	\$2,600,000	\$5,900,000	\$3,300,000	\$2,600,000	索尼	29	索尼
《临租家庭》 Rental Family	\$3,300,000		\$3,300,000	\$3,300,000		\$3,300,000		1	SL
《链锯人 剧场版：蕾塞篇》 Chainsaw Man - The Movie: Reze Arc	\$2,883,000	\$2,283,000	\$600,000	\$174,000,000	\$131,499,000	\$42,501,000	MULTI	8	索尼/ Crunchyroll

北美票房点评
11月21日—11月23日

《魔法坏女巫2》北美夺冠

■ 编译/谷静

上周末，环球影业的《魔法坏女巫2》以1.5亿美元登上了北美周末票房榜冠军。该片在4115家影院上映，周五单日票房6890万美元，周六单日票房4330万美元，周日单日票房3780万美元。作为系列的第二部，营销活动的基调发生了转变，两位主角不再是学生时代的女孩，她们已经是成熟的女性。票房大卖的关键在于持续不断地宣传，环球影业在该片的摄制过程中正是这样做的。《魔法坏女巫》系列的粉丝群体也独树一帜：该系列电影

对许多人来说是一种身份认同，也与他们有更深层次情感的联系。因此，就推广合作伙伴而言，《魔法坏女巫2》拥有400家合作伙伴，全球合作、授权和零售渠道共计创造了超过3.3亿美元的媒体和推广价值。这一推广合作伙伴规模在所有电影制片公司中排名第二，仅次于一年前《魔法坏女巫》的3.5亿美元。

第二名是狮门影业的《惊天魔盗团3》，上周末在北美的3403家影院上映，周五单日票房266万美元，周六单

日票房380万美元，周日单日票房266万美元，周末三天票房910万美元，该片上映两周北美累计票房已达3680万美元。

第三名是迪士尼公司的《铁血战士：杀戮之地》，上周末在北美的3100家影院上映，周五单日票房170万美元，周六单日票房280万美元，周日单日票房175万美元，周末三天票房625万美元，其北美累计票房已达7620万美元。

美国周末票房榜(2025年11月21日-11月23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	《魔法坏女巫2》 Wicked: For Good	\$150,000,000	—	4115	—	\$36,452	\$150,000,000	1	环球
2	《惊天魔盗团3》 Now You See Me: Now You Don't	\$9,120,000	−56.60%	3403	—	\$2,679	\$36,829,120	2	狮门
3	《铁血战士：杀戮之地》 Predator: Badlands	\$6,250,000	−50.90%	3100	−625	\$2,016	\$76,284,737	3	20世纪
4	《猎杀游戏》 The Running Man	\$5,800,000	−64.80%	3534	—	\$1,641	\$27,048,103	2	派拉蒙
5	《临租家庭》 Rental Family	\$3,300,000	—	1925	—	\$1,714	\$3,300,000	1	探照灯
6	《永生战士2》 Sisu: Road to Revenge	\$2,600,000	—	2222	—	\$1,170	\$2,600,000	1	索尼
7	《为你遗憾》 Regretting You	\$1,520,000	−59.10%	1754	−955	\$866	\$47,258,477	5	派拉蒙
8	《纽伦堡》 Nuremberg	\$1,234,302	−49.40%	1010	−820	\$1,222	\$11,013,967	3	索尼
9	《黑色电话2》 Black Phone 2	\$1,000,000	−62.20%	1227	−1,192	\$814	\$76,388,985	6	环球
10	《莎拉的石油》 Sarah's Oil	\$771,542	−65.60%	1347	−1,063	\$572	\$10,352,218	3	亚马逊米高梅

