

(上接第14版)

### 持久力

如今,观众去电影院的次数越来越少,也越来越挑剔,因此电影需要更多的时间才能与观众建立联系并积累人气。这一点在2月份的中国大陆电影市场尤为明显。在春节档上映的七部影片中,武侠动作片《镖人:风起大漠》的口碑最佳,但首周末票房却仅排名第四。然而,在接下来的两周里,它超越了动画系列电影《熊出没·年年有熊》和爱国主义谍战片《惊蛰无声》,最终在20天内斩获1.85亿美元的票房。

在韩国,《与王生活的男人》(The King's Warden)首周末票房为645万美元,但随后多次扩映,并在第四个周末创下票房新高。该片目前已售出1660万张电影票,累计票房达1.09亿美元,成为自2024年《破墓》(Exhuma)和《犯罪都市4》(The Roundup: Punishment)观影人次突破1000万以来,韩国两年来首部真正意义上的票房大片。

“《与王生活的男人》和《后来的我们》(Once We Were Us,一部12月底上映的爱情片)都是非常经典的电影。看来年轻观众更喜欢制作精良、风格扎实的电影,而不是特别新颖的作品。”首尔销售代理公司Barunson E&A的总裁兼首席执行官崔允熙说道。

Mok表示,《姥姥的外孙》这部电影的成功离不开社交媒体的病毒式传播、人们的“害怕错过”(FOMO)心理以及同龄人的推荐。“这部电影贴近生活,温暖人心,充满情感——对于不善于当面表达情感的亚洲人来说,在黑暗房间里哭泣是一种很好的减压方式;它不是一部好莱坞科幻逃避现实的作品。”他说道,“病毒式传播的视频也引发了超越电影票销售的行动号召。有些人打电话告诉家人,甚至有人带着祖父母去看电影。”

中国台湾的《阳光女子合唱团》以女子监狱囚犯团结互助为主题,与《阿凡达3》和讲述中国台湾棒球队的感人纪录片《冠军之路》(Hero! Hit!)同期上映。虽然首周末票房落后于这两部影片,但口碑效应出人意料地提升了成绩,每周票房都有所增长。

“我们原本以为《阳光女子合唱团》的观众群体以女性为主,因此也以城市观众为主。但我们发现这部电影的质量超出了预期,而且在教育程度较低的观众群体中,尤其是在台湾南部,反响特别好。”陈杰夫说,“通常台北和台湾的观众比例是1:2,但《阳光女子合唱团》的比例达到了1.5。”

“这部电影翻拍自2010年的韩国电影《和声》(Harmony),但导演林孝谦做了大量的研究,使角色本土化,并讲述了一个台湾故事。”

### 超越国界

《姥姥的外孙》《阳光女子合唱团》以及中国大陆现象级影片《哪吒之魔童闹海》(2025年1月上映后全球票房高达22.5亿美元)都已获得广泛授权并在影院上映,但亚洲电影在走向国际市场时仍然面临挑战。此外,据西科学院(Westec)的柴先生称,在宗教、经济和政治多元化的地区,过度本土化可能也无济于事。

泰国恐怖片在东南亚地区颇受欢迎。中国电影通过在马来西亚和泰国等具有中国文化底蕴的国家同步上映而获得成功。而中国香港的热门剧情片,其影响力已不如成龙和洪金宝功夫巅峰时期那样强大。



《镖人:风起大漠》



《与王生活的男人》



《姥姥的外孙》

韩国电影曾受益于韩资连锁影院在越南和印尼的开设,以及韩剧明星在流媒体平台上的走红。但韩国电影振兴委员会预测,到2026年韩国商业电影的上映数量仅为22部,远低于近年来的约40部,韩国本土电影的市场份额正在下滑。

日本动画依然是该地区最大的出口内容产品,遥遥领先。动画剧集和电影的成功得益于其庞大的漫画、动画和游戏世界观,以及索尼、东宝和东映等行业巨头构建的成熟制作流程,并进一步受到新兴粉丝群体的推动。许多动画作品甚至在中国——世界第二大电影市场——进行院线放映。

去年,《名侦探柯南:独眼的残像》(Detective Conan: One-Eyed Flashback)在亚洲斩获超过1.64亿美元的票房,其中中国贡献了5600万美元。《链锯人剧场版:蕾泽篇》(Chainsaw Man — The Movie: Reze Arc)未在中国上映,取得了1.71亿美元的票房,其中北美票房4300万美元,韩国票房2400万美元。但日本真正的票房冠军是《鬼灭之刃:无限城篇 第一章 猗窝座再袭》,该片全球票房高达7.35亿美元,其中日本本土票房2.54

亿美元,北美票房1.36亿美元,中国票房9560万美元。

尽管日本电影出口领先地位短期内不太可能受到挑战,但韩国企业正在努力改变亚洲电影市场的格局。由于韩国国内制作成本高昂且市场停滞不前,包括CJ娱乐、Finecut和Barunson E&A在内的多家公司正在从印尼引进或投资电影项目。

“过去电影的类型有限,比如恐怖片或宗教题材的剧情片。但我们看到观众的口味在变化,口味越来越广泛,未来会有更多票房纪录被打破。”Barunson E&A的Choi说道。该公司于今年2月在柏林电影节推出了乔可·安华(Joko Anwar)执导的《牢笼鬼魂》(Ghost In The Cell),并且还有两部影片正在筹备中。

她补充说:“印尼电影拥有精湛的技艺和卓越的品质,但却没有海外观众会趋之若鹜的大牌明星或导演。”

“我们认为它具有巨大的国际潜力,并正努力将影片逐一引入各个平台和市场。这是一个循序渐进的过程,就像我们20年前推广韩国电影一样。”

### 国际票房点评 5月8日—5月10日

## 《穿普拉达的女王2》国际市场连冠

■ 编译/谷静

上周末,20世纪影业/迪士尼出品的《穿普拉达的女王2》在国际周末票房榜上大获全胜,上映第二周,在51个地区新增票房7580万美元,国际累计票房2.884亿美元,全球累计票房4.332亿美元,助力迪士尼全球票房突破20亿美元大关。迪士尼也因此成为今年首家突破20亿美元的电影公司。影片上周末在德国(当地累计票房1590万美元)、意大利(当地累计票房2820万美元)、英国(目前票房最高,当地累计票房2850万美元)、澳大利亚(当地累计票房1850万美元)、日本(当地累计票房1680万美元)、韩国(当地累计票房830万美元)、巴西(当地累计票房2200万美元,票房第三高)和墨西哥(当地累计票房2010万美元)等国家和地区均位列本土电影票房榜首。此外,该片在奥地利、波兰、瑞士、保加利

亚、克罗地亚、捷克、匈牙利、以色列、葡萄牙、塞尔维亚、斯洛伐克、斯洛文尼亚、土耳其、乌克兰、香港、新西兰、菲律宾、新加坡、中国台湾、泰国、阿根廷(当地累计票房580万美元)、中北美洲、委内瑞拉、乌拉圭、巴拉圭和智利等国家和地区也取得了不错的票房成绩。法国当地累计票房达1460万美元,中国大陸累计票房达1300万美元,西班牙当地累计票房达830万美元。

第二名是环球影业发行的狮门影业出品的《迈克尔·杰克逊:巨星之路》,在82个国际市场新增票房5850万美元,国际累计票房已达3.369亿美元,全球累计票房已达5.77亿美元。该片在英国新增周末票房750万美元,当地累计票房已达4600万美元;在法国新增周末票房720万美元,当地累计票房已达3050万美元;在西班牙新增

周末票房320万美元,当地累计票房已达1900万美元;在荷兰新增周末票房150万美元,当地累计票房已达780万美元;在德国新增周末票房420万美元,当地累计票房已达1960万美元;在澳大利亚新增周末票房390万美元,当地累计票房已达1910万美元;在巴西新增周末票房370万美元,当地累计票房已达2080万美元。

第三名是新线华纳兄弟公司的新片《真人快打2》,上周末在78个国际市场上映,首周末票房2300万美元(低于预期预期的3000万美元),全球首周末票房6300万美元。该片的制作成本8000万美元,不含营销费用。英国以2200万美元的首周末票房领跑;墨西哥以1700万美元紧随其后;澳大利亚首周末票房160万美元;中国大陸首周末票房140万美元;巴西首周末票房140万美元。

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
《穿普拉达的女王2》 The Devil Wears Prada 2	\$118,800,000	\$75,800,000	\$43,000,000	\$433,244,258	\$288,400,000	\$144,844,258	迪士尼	52	20世纪
《迈克尔·杰克逊:巨星之路》 Michael	\$95,044,000	\$58,544,000	\$36,500,000	\$577,370,000	\$336,880,000	\$240,490,000	环球	83	狮门
《真人快打2》 Mortal Kombat II	\$63,000,000	\$23,000,000	\$40,000,000	\$63,000,000	\$23,000,000	\$40,000,000	华纳兄弟	79	华纳兄弟
《绵羊侦探团》 The Sheep Detectives	\$28,016,000	\$12,100,000	\$15,916,000	\$28,016,000	\$12,100,000	\$15,916,000	MULTI	76	亚马逊米高梅
《超级马力欧银河大电影》 The Super Mario Galaxy Movie	\$21,406,000	\$14,806,000	\$6,600,000	\$941,204,000	\$529,088,000	\$412,116,000	环球	85	环球
《比莉·艾莉什:温柔暴击巡回演唱会电影》 Billie Eilish: Hit Me Hard and Soft - The Tour Live in 3D	\$20,100,000	\$12,600,000	\$7,500,000	\$20,100,000	\$12,600,000	\$7,500,000	派拉蒙	57	派拉蒙
《挽救计划》 Project Hail Mary	\$9,869,868	\$3,800,000	\$6,069,868	\$655,777,000	\$328,000,000	\$327,777,000	MULTI	89	亚马逊米高梅
《给阿嬷的情书》 Dear You	\$8,422,200	\$8,422,200		\$19,315,500	\$19,315,500			1	大麦
《消失的人》 Vanishing Point	\$7,297,000	\$7,297,000		\$50,193,000	\$50,193,000		MULTICN	1	猫眼
《寒战1994》 Cold War 1994	\$5,634,300	\$5,634,300		\$40,594,000	\$40,594,000		MULTI	7	儒意

### 北美票房点评 5月8日—5月10日

## 《穿普拉达的女王2》北美影市连冠

■ 编译/谷静

上周末可能是记忆中最扣人心弦的母亲节周末,电影行业应该从中吸取经验:在母亲节周末推出更多女性观众喜爱的电影。迪士尼深谙父亲节周末的票房策略,通常会在那个周末安排一部皮克斯动画电影上映。上周末,整个周末的票房预计将达到1.61亿美元,比去年同期增长92%。虽然其他发行公司过去也曾尝试过女性题材电影(例如2016年由詹妮弗·安妮斯顿、朱莉娅·罗伯茨和凯特·哈德森主演的喜剧片《母亲节》),但本周末的女性题材电影可谓是天时地利人和,包括《比莉·艾莉什:温柔暴击巡回演唱会电影》(女性观众占比81%,首周末票房750万美元)、《绵羊侦探团》(女性观众占比56%,首周末

票房1590万美元)和《穿普拉达的女王2》(女性观众占比76%)。20世纪影业/迪士尼出品的《穿普拉达的女王2》蝉联北美票房榜冠军,该片在北美的4200家影院上映,周五单日票房980万美元,周六单日票房1490万美元,周末三天票房430万美元,上映两周其北美累计票房已达1.448亿美元。

第二名是新线影业的新片《真人快打2》,该片上周末在北美的3503家影院上映,周五单日票房1700万美元,周六单日票房1270万美元,首周末三天票房4000万美元。该片CinemaScore评分为B,低于2021年上一部作品的B+。不过,Screen Engine/Comscore的PostTrak推荐度高达72%。男性观众

占比符合预期,达到75%,其中18-24岁年龄段占44%。25-34岁年龄段观众占比最高,达到30%。拉丁裔和西班牙裔观众的观影热情也十分高涨,占比29%。该片在各个族裔群体中的覆盖率也相当可观,白人占比27%,黑人占比26%,亚裔美国人占比10%。IMAX和PLF影院贡献了《真人快打2》首周末近一半的北美票房,该片在洛杉矶中南部和西部地区表现最佳,43%的票房来自这些地区。

第三名是狮门影业的《迈克尔·杰克逊:巨星之路》,上周末在北美的3550家影院上映,周五单日票房880万美元,周末三天票房3650万美元,北美累计票房已达2.405亿美元。

### 美国周末票房榜(2026年5月8日—5月10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	《穿普拉达的女王2》 The Devil Wears Prada 2	\$43,000,000 -44%	4200	\$10,238	\$144,844,258	2	20世纪
2	《真人快打2》 Mortal Kombat II	\$40,000,000 -	3503	\$11,418	\$40,000,000	1	华纳兄弟
3	《迈克尔·杰克逊:巨星之路》 Michael	\$36,500,000 -32.90%	3550	\$10,281	\$240,489,704	3	狮门
4	《绵羊侦探团》 The Sheep Detectives	\$15,916,000 -	3457	\$4,603	\$15,916,000	1	亚马逊米高梅
5	《比莉·艾莉什:温柔暴击巡回演唱会电影》 Billie Eilish: Hit Me Hard and Soft - The Tour Live in 3D	\$7,500,000 -	2613	\$2,870	\$7,500,000	1	派拉蒙
6	《超级马力欧银河大电影》 The Super Mario Galaxy Movie	\$6,600,000 -45.50%	3075	\$2,146	\$412,115,565	6	环球
7	《挽救计划》 Project Hail Mary	\$6,069,867 -28.70%	2417	\$2,511	\$327,776,840	8	亚马逊米高梅
8	《幽旅巫咒》 Hokum	\$3,303,615 -48.60%	1900	\$1,738	\$12,457,025	2	Neon
9	《深水》 Deep Water	\$780,274 -62.90%	1301	\$599	\$3,672,521	2	Magenta Light Studios
10	《动物庄园》 Animal Farm	\$663,624 -79.90%	2140	\$310	\$5,000,377	2	Angel