

《花木兰》率先视频点播发行引发热议

■编译/如今



迪士尼表示,他们将在9月4日把延迟发行的《花木兰》作为高级视频点播产品在“迪士尼+”平台和全球某些地区的电影院里发行,这给全球放映业的未来前景增加了另一个问号。

这部最初定于3月份在全球影院上映的潜在票房大片,将在9月份面向美国、加拿大、新西兰和北欧多个地区的新“迪士尼+”流媒体平台的订户提供在线点播服务,价格为29.99美元。

迪士尼公司表示,《花木兰》将在目前尚未宣布“迪士尼+”发行计划且电影院开放的某些市场于同一日期上映。

“迪士尼+”目前可在美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、荷兰、英国、德国、法国、意大利、西班牙、印度和日本使用。该服务定于9月份在北欧、比利时、卢森堡、葡萄牙和印度尼西亚(后者以“迪士尼+ Hotstar”品牌)启动,并于11月在拉丁美洲启动。

该计划表明,《花木兰》仍将在中国的电影院中首映,因为中国的电影院已经开放,而且电影有望在票房上大放异彩。

在与分析师举行的电话会议上讨论该公司2020年第三季度的业绩时,迪士尼公司的首席执行官鲍勃·查佩克(Bob Chapek)表示,《花木兰》的发行计划是“将这部令人难以置信的电影带给目前无法在电影院看电影的广大观众的机会”。同时还通过这部出色的影片进一步提高了“迪士尼+”平台的订阅价值和吸引力。

查佩克否认,《花木兰》的高端视频点播计划标志着该公司不再做影院发行。

“我们将《花木兰》视为一次性产品,而不是试图将其当成某种业务窗口的新模式。”查佩克强调,“也就是说,我们发现能够向消费者提供首屈一指的内容访问服务并从中学习市场是非常有趣的,不仅我们可以看到订阅增长率和我们在平台上新获得的订户数量,而且还能看到视频点播产品能够获得的实际交易数量。”

迪士尼在宣布《花木兰》的发布计划时还透露,“迪士尼+”平台现在在全球拥有6050万付费用户,公司预测到2024年底,“迪士尼+”(去年11月推出)的用户将达到6000万至9000万。

迪士尼公司还表示,它计划在“Star”品牌下(继承了其收购的20世纪福克斯资产的一部分)在明年推出直接面向消费者的一般娱乐流媒体服务。以国际市场为目标,该服务将提供来自迪士尼旗下的公司包括ABC电影公司、福克斯电视台、FX、Freeform、20世纪电影公司和探照灯公司。在许多市场中,“Star”的服务在营销和技术方面将与“迪士尼+”整合。

英国电影院协会谴责迪士尼对《花木兰》的决定

英国放映业抨击迪士尼在许多地区直接将《花木兰》迁至视频点播的决定。

英国电影院协会(UK Cinema Association,简称:UKCA)的首席执行官菲尔·克拉普(Phil Clapp)在一份声明中说:“由于英国各地的电影院现在仍在继续开放,并欢迎他们的顾客,沃尔特·迪士尼公

司决定将《花木兰》纳入他们的‘迪士尼+’服务,而没有进入电影院,将让许多人感到巨大的失望和认为是错误的时机。”

“这样做,迪士尼将错失观众最需要在外娱乐的机会。与其鼓励观众呆在家中并付高价观看这部影片,不如在最好的地方(电影院)放映这部最好最新的家庭影片。对于许多人来说,这似乎是倒退而不是前进。在经历了数月的户外娱乐活动限制之后,去电影院看一场一年一度的以家庭为目标观众群的电影会非常受欢迎,并且能获得成功。电影院将成为一个受欢迎的逃避之地。在克里斯托弗·诺兰(Christopher Nolan)的《信条》(Tenet)于8月底上映后,如果《花木兰》能在影院上映,这也将为需要新片供应的观众和电影院提供急需的刺激。尽管在美国部分地区,电影院的重新开放可能会有能否持续开放的问题,但在包括英国在内的世界其他市场中,电影院却是开放的,并为新电影和想要观看电影的观众做好了准备。”

尽管迪士尼尚未公开确认《花木兰》将绕过英国的电影院放映,但克拉普在接受采访时说:“这是我们与迪士尼进行对话并与我们的成员进行单独交流后的谅解。”

另外,欧洲电影行业协会类型的机构国际电影联盟(International Union of Cinemas,简称:UNIC)发表了题为“电影生存之门”的声明,该声明批评了发行公司,尽管它没有具体把迪士尼作为例子。

“尽管发行方面的许多人表示‘我们都会在一起’,但最近发生的事件使人们比以往任何时候都更清楚地知道,这种感情必须有行动和言语的支持。”国际电影联盟表示。

“特别是,新内容必须首先在电影院中发布,并要有重要的影院窗口放映期,这两个要素对于欧洲(乃至全球)电影业的每个部分的生存和健康至关重要。电影上映的‘影院优先’策略以及相当长的影院窗口独占期是一种行之有效的商业模式,对于确保观众可以欣赏到各种各样的电影至关重要。该系统是2019年全球票房破纪录的基础,仅在欧洲的观影人次就达到13.4亿,票房收入达到87亿欧元。整个行业都面临着前所未有的挑战。与以往任何时候相比,整个行业的决策都需要长远的眼光。如果我们的制片公司合作伙伴要求电影院等到电影行业摆脱疫情危机之后才提供新内容,那么对于许多欧洲电影院及其敬业的员工来说,这为时已晚。所有依赖电影业成功的人都应致力于确保整个电影业未来的健康。”

在电话会议上,克拉普否认《花木兰》的高级视频点播计划,是标志着整个公司已从电影院发行中撤出。

AMC影院CEO亚当·阿隆表示17天窗口期对于《花木兰》将是一个完美的解决方案

AMC影院的CEO亚当·阿隆高说,为期17天的窗口期对于像《花木兰》这样的好莱坞大投资影片来说将是一个完美的解决方案。

阿隆近日在与环球影业(Universal Pictures)讨论一项历史性协议时取得了胜利,打破了传统的电影院窗口期,使环球影业的作品可以在大银幕上放映17天后

在高端视频点播服务中首映。

“我希望这将成为行业标准。”阿隆在一次收益电话会议上说。他在会议中反复强调,AMC影院将获得每笔视频点播租金未公开但可观的抽成。“这种潜在收入的显著增长应该可以保护AMC影院免受视频点播蚕食的侵害,因为某些观众直接转向在家观看内容产品时,蚕食就会发生。”

几十年来,AMC等放映商扬言要抵制任何不符合大约三个月传统影院窗口期的电影。随着病毒大流行,这种完全抵制的姿态已经改变。

阿隆说,AMC正在为其所有的电影公司合作伙伴提供“类似的安排”。

AMC影院,是世界上最大的院线,在受到病毒大流行打击的同时,还有其先前的债务负担。日前,该公司报告了其100年历史上最糟糕的财季。

阿隆说,高端视频点播服务将会有更多的电影进入。他提到电影公司高管的私人来信,上面写着:“亚当,您为此采取行动,AMC是救了放映业。老实说,我们获批准拍摄的电影越来越少。”

至于迪士尼近日宣布,《花木兰》现在将在美国和其他精选市场以29.99美元的价格直接在“迪士尼+”上点播放映,阿隆表示,他理解这一决定。

“《花木兰》是需要进入市场的。但是一次又一次地推迟了。他们承受着压力。在某些时候,他们必须通过电影产品获利。他们在2020年的收入可观,我们也将受益匪浅。”阿隆说,“最重要的是,它重申了AMC参与高端视频点播的风险。17天的影院窗口期对他们来说将是完美的。”

如果没有高端视频点播这样的选择,阿隆表示越来越多的项目将直接用于Netflix和其他流媒体平台。“在这些电影身上,任何放映商都不会得到一分钱。我们在某人家中沙发上的资金成本恰好为零。”

阿隆赞扬华纳兄弟公司坚持克里斯托弗·诺兰的《信条》的传统影院放映,该片将于8月下旬开始在影院上映,并称该电影公司“做得很英勇”。



美国法官批准终止放映业务同意法令

美国联邦法官已批准美国司法部(DoJ)终止放映业务同意法令,该法令已制约好莱坞制片公司与美国电影院之间的关系超过70年。

长期以来,这些规定——在成立后被称为“派拉蒙法案”——一直禁止大多数电影制片公司拥有电影院,并禁止“打包预定”(即小院线如果想要购买大制片厂的热门影片,就必须打包购买制片厂的其他不知名电影)这样的做法。

法官的裁决立即结束了电影制片公司对电影院连锁店所有权的限制,并且

在两年的日落期之后,将取消对“打包预定”和“院线交易”等其他做法的禁令。

在回应该裁决的声明中,美国放映者贸易组织全国电影院所有者协会(National Association of Theatre Owners)此前曾敦促美国司法部保持法令不变:“派拉蒙法案是针对电影业中极端、反竞争行为的一种补救措施。我们同意法院的观点,即根据现行的反托拉斯法,反竞争行为仍然是反竞争行为。该决定只是将执行机制转移到现有的常规渠道中。” (如今)

