



罗伯特·帕丁森在《新蝙蝠侠》的红毯上



《欢乐好声音2》

英国电影院2022年开局强劲，但影院面临窗口期挑战

编译如今

在英国的电影院于去年5月中旬获准重新开放后，英国发行公司和放映公司普遍表示自己对2021年取得的成果感到欣慰。

英国和爱尔兰去年总票房为5.97亿英镑(合7.78亿美元)，比2020年的数字增长了85%，而2021年上映的两部影片——环球影业的《007：无暇赴死》和索尼影业的《蜘蛛侠：英雄无归》——票房均超过了9000万英镑(合1.173亿美元)，比2015年《星球大战7：原力觉醒》以来发行的任何电影都多。

然而，2021年所缺少的是一系列也能取得好成绩的影片，没有其他电影的票房达到2500万英镑(合3260万美元)。华纳兄弟公司发行的《沙丘》以2210万英镑(合2880万美元)的票房成为英国和爱尔兰今年第三大热门影片。

到目前为止，2022年还没有出现同样巨大的票房胜利，但放映业看到了一些迹象。两部影片——《新蝙蝠侠》(华纳兄弟公司)和《欢乐好声音2》(环球影业)——已经突破了3000万英镑(合3910万美元)的关口，而4月3日上映的《神秘海域》(索尼)票房出人意料地达到了2390万英镑(合3120万美元)。《贝尔法斯特》的目标观众群不同，并取得了超出预期的总成绩：这部环球影业的影片英国票房为1550万英镑(合2020万美元)。

“在2021年，我们看到‘邦德’和‘蜘蛛侠’影片取得了非凡的成绩，我们正在努力让预测票房在2000万至4000万英镑(合2600万至5200万美元)的中档电影吸引观众，”代表英国放映商利益的英国影院协会(UKCA)首席执行官菲尔·克拉普(Phil Clapp)

说，“我们在《神秘海域》中所看到的，也许出乎所有人的意料，《欢乐好声音2》的放映让我们相信观众会回归。总会有大投资的电影，但中档投资的影片会带来更广泛的观众，这会让大投资影片上映空档间的收入不断增加。”

他的观点得到了英国电影发行协会(UK's Film Distributors' Association)首席执行官安迪·莱松(Andy Leysen)的赞同，他宣称自己“对2022年迄今为止在影院市场上看到的情况感到非常鼓舞”。虽然“希望有更多的大热门影片”，比如2021年发行的两大影片，但“现实情况是，我们可能会获得更多的票房和更多发行成功的影片”。

根据Comscore公司的数据，2022年第一季度英国和爱尔兰的总票房为2.037亿英镑(合2.655亿美元)，这是一个为期12周的数据，而2020年同期为

2.613亿英镑(合3.41亿美元)——第一季度以非常强劲的票房成绩开头，然后由于新冠病毒大流行开始而逐渐减弱。2019年，英国和爱尔兰第一季度的票房为2.608亿英镑(合3.4亿美元)，而2022年的同期票房是该水平的78%。2019年全年的总票房为13.6亿英镑(合18亿美元)，因此如果2022年遵循类似的轨迹，全年票房可能达到10.6亿英镑(合13.9亿美元)——使市场回到2009年的水平。

全球数据分析和洞察公司高尔街分析公司(Gower Street Analytics)帮助电影公司优化其作品的发行日期，根据迄今为止取得的成绩和其余地区的发行日历，该公司对2022年英国和爱尔兰的年度票房预测为9.48亿英镑(合12.4亿美元)。



菲尔·克拉普



安迪·莱森



《青春变形记》

◎ 窗口期之战

在疫情之前，英国的大型多厅影院——Odeon、Cineworld和Vue——所需的影院独家窗口期超过16周，明显长于在北美的90天。该窗口期在疫情初期基本上被改变了，制片公司和电影院运营商现在正在建立一些新的规范。

“毫无疑问，我们已经看到——我们在疫情期间看到了，而且我们在疫情后也看到了——窗口期显著缩短了。”克拉普评论说，“我想说，该协会代表的绝大多数人，无论是大型影院运营商还是规模较小的独立商业影院，都认为30到45天的影院独家窗口期太短了。”

英国影院协会首席执行官表示，对

于播放过期影片的小型电影院来说，缩短影院独家窗口期是一个特殊的挑战。“如果他们在首映14天或21天后再次上映一部电影，他们几乎不具有吸引观众的空间，不仅因为这部电影在两三周后就会在家庭娱乐平台上出现，而且这部电影会立即被宣传为即将登陆这些家庭娱乐平台。”

过去，当电影以录像带和DVD形式在家庭娱乐产品中发行时，“对于何时上架有很大的透明度，”克拉普指出，“目前，存在信息不对称。如果我是家规模较小的电影院的经营商，并且我需要决定在我的两块银幕上放映同一

部电影还是放映不同的影片，但是我没有直接的方法可以知道这些电影何时会在流媒体平台上上线。每个发行公司会决定如何经营他们的业务，但至少，我的请求是围绕这些决定提高透明度和沟通。”

电影院线，尤其是在与发行公司谈判中没有强大议价地位的小型运营商，大概会接受新的行业标准——但这不是可以合法谈判的东西，例如英国电影发行商协会和英国影院协会就没法参与。“英国竞争法不允许放映商和电影公司或任何行业协会围坐在桌子旁，”克拉普解释。莱松补充说，“多年来，

窗口期的安排一直是有序的。”

克拉普将这个必要的过程比作“几乎是贯穿始终的一系列外交任务”，因为各个连锁影院与各个内容提供商达成了协议，围绕窗口期的某种共识逐渐出现。

“（放映商）不希望看到目前的窗口期就是讨论的终点，”克拉普说，“在疫情期间，我们这边的人受到了巨大的打击，电影公司的同行也受到了巨大的打击。所以他们需要找到在短期内将收入货币化的方法，但我们方面的普遍看法是，为了行业的长期健康，我们需要回到比目前的影院窗口期更长的状态。”

◎ 生活成本危机

“很难不担心当前的金融紧缩和其他比如新冠疫情这些可怕的世界性事件，”莱松在谈到即将出现的备受讨论的生活成本或危机增加时评论道，“我们生活在一个动荡、不确定的时代。”

莱松指出了可能对电影院有利的因素。“人天生就是社会性的，在这样的时代，团结对社会至关重要，”他说，“加上电影提供逃避现实的空间，这就让电影院成为了一个可以经受住大多数困难的地方，甚至在困境的时候表现出色。”电影院曾经经历过经济风暴，“与其他休闲娱乐选择相比，仍然非常物有所值”。

由大环境带来的特殊生活成本的上涨不仅影响了客户，也影响了电影院本身。“我听到了关于公共事业成本上

涨的‘恐怖故事’，”克拉普说，“电影院是实体建筑，需要供暖。而且我们所处的环境不会轻易将这些增加的成本转嫁给观众。”

自新冠病毒大流行开始以来，英国影院协会一直在对人们走进电影院和看电影的态度进行持续调查。“最后几轮调查中，我们已经开始对所有人口统计的一般成本和其可负担性表示担忧，”克拉普说，“这并不特定于电影放映业。人们正在回归他们本来会做的一系列事情，无论是电影院还是酒吧或餐馆。这是我们需要注意的事情。”

克拉普认可英国政府在疫情期间给予电影行业的支持，包括休假计划、增值税降低(从20%降至12.5%)以及向地方政府暂停收取商业税。“有一种

看法是，公共资金在过去几年中受到了绝对的打击，”他补充道，“因此，任何有针对性的资金和任何地方当局提供更多支持的持久性，都是遥不可及的。我们曾希望财政大臣在3月份的春季声明中延长增值税减免的期限，但遗憾的是这并没有发生。”

鉴于流媒体有野心的扩大(在颁奖季期间很明显)，对影院窗口期的攻击以及迪士尼公司通过“迪士尼+”独家发行皮克斯的《青春变形记》(Turning Red)等选择，让一些人认为英国和爱尔兰的电影观众人数在2018年已经达到1.93亿人次的峰值，并且不可避免地下降——然后连锁影院关闭了利润较低的影院。

然而，克拉普只是看到了他的成员

公司和他们商业抱负的增长。“如果查看2020年计划的空缺职位列表，再查看目前的空缺职位列表，那么大流行所做的一切就是将裁员提前了两年。很少有事情是完全不为人知的。”

他补充说，在新冠疫情之前，讨论的重点是：“我们能做些什么来达到理想中的2亿观影人次？我不认为我们可能再次进行那种讨论，而更多的是在讨论我们可以做些什么来恢复到我们以前的状态，这并不奇怪。”

他认为投资人对该行业的投资不乏兴趣。“行业外的人员正在研究这项业务——这不是我们会选择经历的场景，但他们似乎从过去两年中吸取的教训是，‘这是一个有弹性的业务。我会继续把钱放在那里而不是其他地方。’”