

臭虫和抗议活动削弱了法国10月份的票房,但电影院在月底反弹

■ 编译谷静

10月份法国票房继续下滑,共售出1386万张电影票,较2022年10月下降3.9%。

然而,10月最后一周令人印象深刻的票房收入以及将于11月和12月上映的电影阵容强大,意味着法国2023年的年度总票房应该会超过去年。

按平均票价7.20欧元计算,10月份法国的票房收入为9980万欧元。这比新冠疫情前2017-2019年的平均水平低26.1%。

10月份的票房数据虽然高于9月份,但法国9月份的票房收入历来都较低,并且今年仅为6320万欧元(观影人次仅为880万),10月份是法国票房通常表现强劲的一个月份,所以当月成绩处于较低的水平。

自从夏季票房猛增以来,法国的影院观影活动受到了全国范围内臭虫恐慌的影响,当地电影院连续出现了臭虫的痕迹。伴随着中东持续的战争,法国主要城市出现了几次大规模抗议活动,进一步削弱了票房收入。

月底激增

从好的方面来说,尽管10月初市场不尽如人意,但10月最后一周(10月25日至31日)电影销量猛增,售出超过500万张电影票,这是继《芭比》和《奥本海默》于7月中旬旬同时上映以来的今年第二次票房激增。

Comscore 法国区的总经理埃里克·



《艰难之年》



《伯纳黛特》



《三日玩命作》



《动物王国》

马蒂(Eric Marti)表示,由于“上映的电影种类繁多”,月末的市场反弹“非常非常令人鼓舞”。

10月份首映的48部影片中,有23部法国本土影片和6部美国影片。

美国家庭类续集占据主导地位,派拉蒙的《汪汪队立大功大电影2:超能大冒险》以176万观影人次位居10月榜首,环球影业的《魔法精灵3》以93万观影人次紧随其后。

法国本土影片也表现强劲。Studiocanal公司凭借塔里克·布达利(Tarek Boudali)的喜剧《三日玩命作》(3 Jours Max)和托马斯·凯利(Thomas Caillé)在戛纳电影节首映的跨类型故事片《动物王国》(The Animal Kingdom)领衔法国电影市场。10月25日上映的《三日玩命作》在影院首周售出87.3万张电影票,10月4日上映的《动物王国》紧随其后,当月售出83.6张电影票。

本月其他强势本土影片包括莉亚·多梅纳赫(Lea Domenach)执导的《伯纳黛特》(Bernadette, 华纳兄弟),由凯瑟琳·德纳芙(Catherine Deneuve)主演,饰演法国前第一夫人伯纳黛特·希拉克(Bernadette Chirac);埃里克·托莱达诺(Eric Toledano)和奥利维尔·纳卡什(Olivier Nakache)执导的社会讽刺剧《艰难之年》(A Difficult Year, 高蒙)于9月在多伦多电影节国际首映;以及阿尔伯特·杜邦特(Albert Dupontel)的政治寓言《第二轮》(Second Tour, 帕特)。

凡妮莎·菲洛(Vanessa Filho)执导的性虐待剧情片《同意》(Consent)改编自畅销书,讲述了一个年轻少年被年长得多的男子引诱的真实故事,该剧也取得了惊人的成功,吸引了28.5万观影人次,并以上映第二周39%的票房增幅而受到关注,该片上映第三周继续飙升79%。马蒂说,虽然“人们去看电影不是为了看头版新闻——他们是在寻找其他东西”,但像《同意》、《动物王国》和《花月杀手》这样的电影都涉及当下棘手的话题,这些影片依然在寻找目标观众。

与2022年10月相比,《汪汪队立大功大电影2:超能大冒险》是今年10月唯一一部观影人次破100万的电影,去年10月有三部——《十一月》(November)、《黑亚当》(Black Adam)与《西蒙娜:世纪之声》(Simone: Woman of the Century)。马蒂·斯科塞斯的《花月杀手》(派拉蒙影业)自10月18日上映以来,表现强劲,售出74.2张电影票,位列同期第五名。这部电影现在必须等待17个月才能在法国的Apple TV+上首映,这对于流媒体平台出品的影片来说,在该地区的是罕见的院线上映。

在法国本土上映七周后,另一个颁奖季的有力竞争者、贾斯汀·特里特(Justine Triet)的金棕榈奖获奖影片《坠落的审判》(Anatomy Of A Fall)继续保持强劲的票房势头,售出了近130万张电影票,10月份又新增了11.3万张电影票。

“我们的法国票房靠两条腿走路——一条美国,一条法国。当我们两者都具备时,一切都会正常,现在,双腿都在发挥自己的作用,”马蒂解释道。

同比乐观

今年以来,法国影院已售出1亿4793万张电影票,比2022年前10个月增长了24%,但仍较2017-2019年平均水平下降了11.3%。

尽管10月份略有下滑,但由于整个暑期档的电影票销售量不断上升以及今年剩余两个月的上映影片数量强劲,法国票房仍有超过2022年的1.52亿年度观影人次。

“是的,10月初的情况很糟糕,但到10月份的最后一个周末,我们的累计票房就已经超过了2022年全年的票房,”马蒂说道。除2020-2022年疫情年份外,自2009年以来,法国11月和12月的观影人数都超过了4000万人次,因此法国当地行业应能在年底前实现去年1.9亿观影人次的目标。

11月份值得关注的影片包括法国选送奥斯卡的影片《法式火锅》(The Taste Of Things, 高蒙)、《星愿》(Wish, 迪士尼)、《拉阿贝-皮埃尔:一个世纪的奉献》(L'Abbé-Pierre: A Century Of Devotion, SND)和雷德利·斯科特(Ridley Scott)的《拿破仑》(Napoleon, 索尼)。

12月,《旺卡》(Wonka, 华纳兄弟出品),帕特的《三个火枪手》三部曲的第二部和《海王》(Aquaman)将在影院上映。

澳大利亚国际电影和电视制作支出创纪录

■ 编译谷静

根据银幕澳大利亚(Screen Australia)的数据,截至2023年6月30日的12个月内,澳大利亚电影和电视剧的外来投资的制片支出达到创纪录的12.2亿美元(合7.8亿美元),同比增长35%。

澳大利亚历史上第三次外国内容的制片花费超过了本地内容的花费。澳大利亚内容支出为11.3亿美元(合7.2亿美元),比上一年的150万澳元(合9.6亿美元)下降了26%。

澳大利亚影视局2022/23年影视报告的最新数据证实,澳大利亚已倾向于成为服务业,尤其是美国制片生产的服务业。2014/15年,天平首次向内向投资生产倾斜。2020/21年,全球制片行业在新冠疫情爆发后正在澳大利亚重新站稳脚跟。

然而,美国演员的持续罢工正在对当前的制片水平产生影响。即将离任的澳大利亚影视公司首席执行官格雷姆·梅森(Graeme Mason)表示:“实际上,要到今年第二季度,入境人才会回升。”

梅森对产量“前所未有的激增”感到自豪。他表示,2013/14年,当他加入银幕澳大利亚时,总支出为8.37亿美元(合5.37亿美元)。现在为23.4亿美元(合11.5亿美元)。这比去年的历史高点下降了4%,但比五年平均水平高出31%。

缺乏澳大利亚故事

但并不是每个人都高兴。“对这些数字了解得越深入,对幕后挑战了解得越多,对于希望在不同屏幕上看到真实澳大利亚故事的澳大利亚观众来说,整体趋势就越令人不安。”澳大利亚制片人协会(Screen Producers Australia)首席执行官马特·迪纳(Mat Deane)表示,“我们特别担心澳大利亚本土故事片的支出整体下降。”

梅森承认,看起来像澳大利亚本土的热门电影正在消失。“我观察英国人,他们一直都有本土的热门影片。丹麦、以色列和韩国也是如此。我听到(澳大利亚)人说,‘要是我有5000万澳元就好了’……但这些国家不会。”

澳大利亚必须聪明地以合适的价格制作“有澳大利亚文化属性的电影”。他补充说,“我们越是澳大利亚化,它就越能卖得更好,因为这是一个差异点——而且我们的很多东西只是还可以,而不是很棒。”

详细数字

澳大利亚项目的支出为11.3亿美元(合7.2亿美元),用于制作31部故事片和86部成人和儿童连续剧。后者的支出为7.61亿美元(合4.88亿美元)。

国际项目的支出为12.2亿美元(合7.8亿美元),其中包括13部故事片和3部小屏幕的剧情片,支出为8.09亿美元(合5.18亿美元)。80个项目在澳大利亚数字制作服务上花费了4.1亿美元(合2.63亿美元)。

包括《特技狂人》(The Fall Guy)、《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》(Godzilla vs Kong: The New Empire)和《猩球崛起4:新世界》(The Kingdom Of The Planet Of The Apes)在内的13部国际电影在澳大利亚的支出为6.12亿美元(合3.92亿美元),是去年的10倍,是过去五年平均值的两倍多。

与此形成鲜明对比的是,31部本地影片投入制作——比之前少了1部——总支出骤降一半以上,至3.63亿美元(合2.33亿美元)。

有两部官方合拍片是与新西兰联合制作的。外国投资约占澳大利亚电影长片支出总额的一半;此类影片占40%的制片补偿(即退税)的约三分之一。其余的来自澳大利亚电影业、当地私人投资、政府和电影节。银幕澳大利亚为其中13部影片投入了1600万澳元(合1020万美元)。

其他调查结果显示,56%的国家支出发生在新南威尔士州,而昆士兰州的支出创历史新高。

梅森对PDV(后期、数字和视觉效果)业务的增长感到特别高兴;总支出为7.14亿美元(合4.57亿美元)。

“我们正在成为外国制片公司的首选目的地,这为当地制片公司提供了大量的全工作岗位要求和福利。”他说。



《特技狂人》