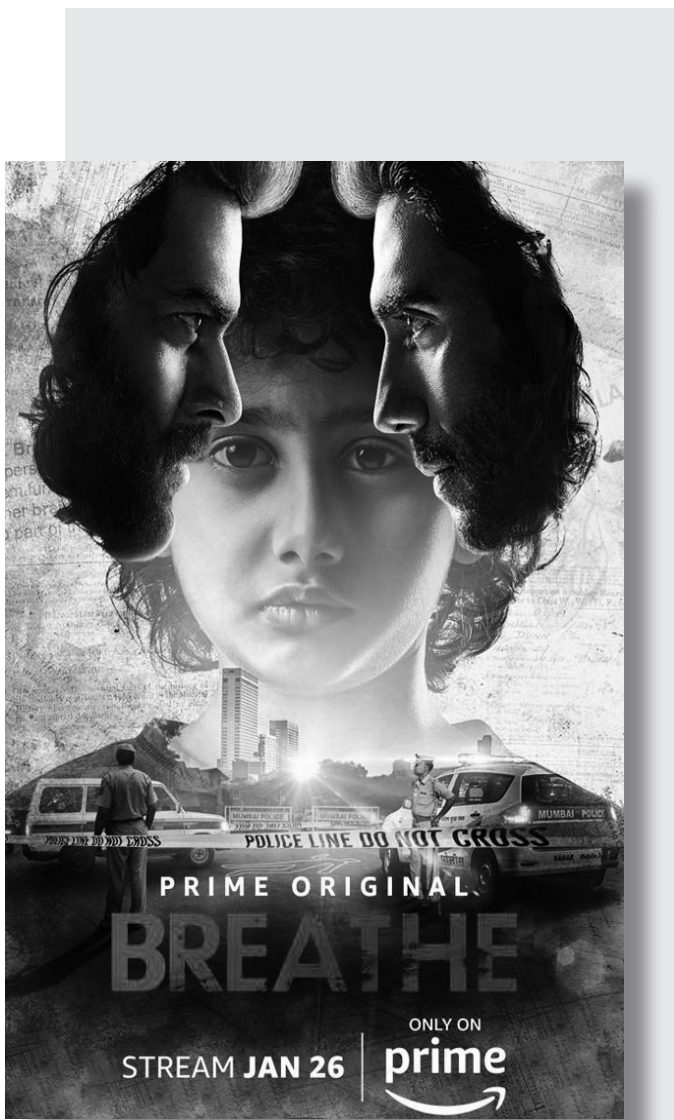
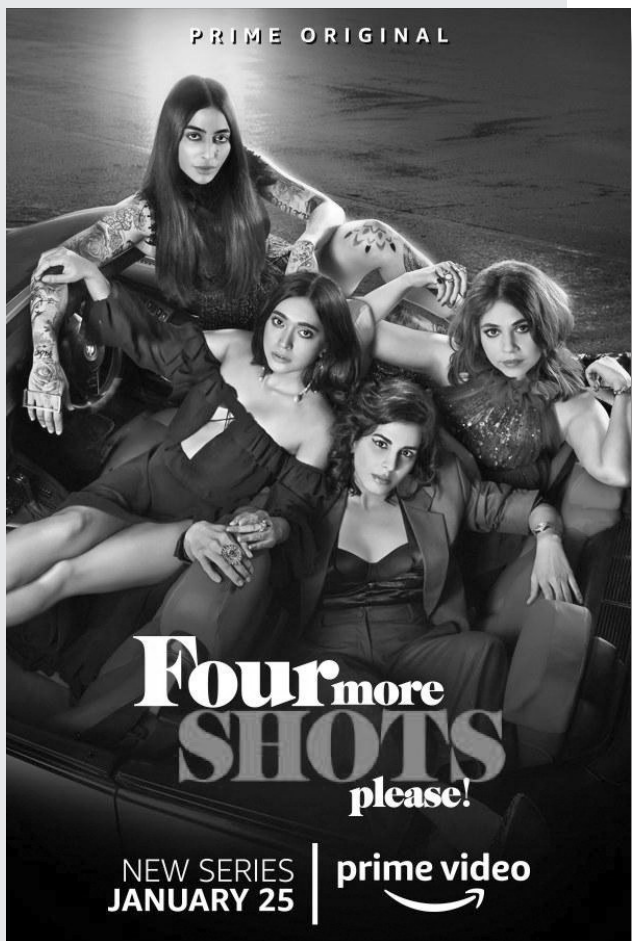


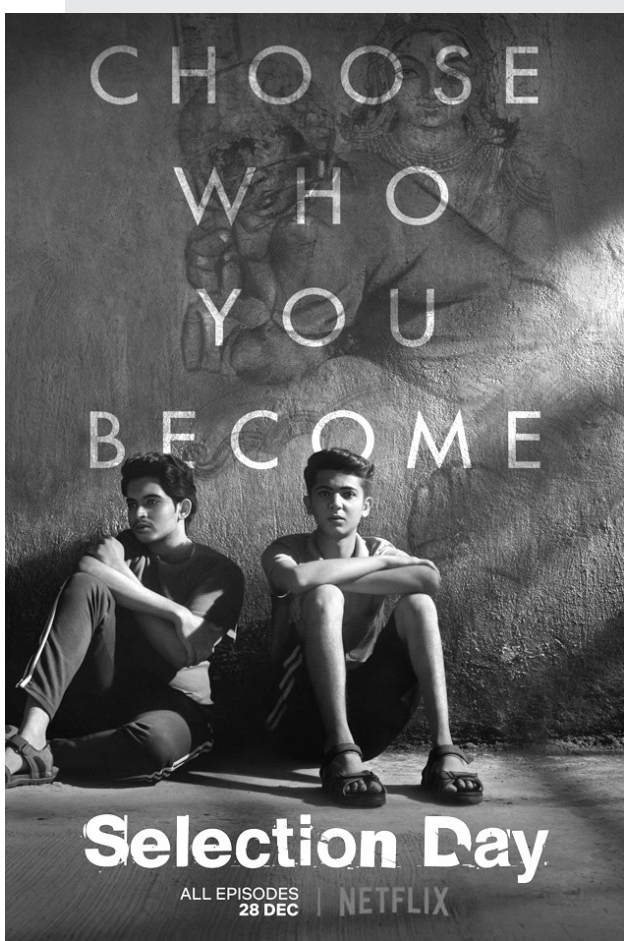
(上接第14版)



《喘息》



《请再来四杯》



《板球少年》

大众市场增长

有统计数据表明,由于印度市场如此巨大,这些新形式的内容目前正在增长,而不会损害该国细分的其他媒体市场。根据2018年FICCI-Ernst & Young的报告,截止到2020年的五年间,票房和影片的辅助收入预计将增长12%,而电视行业的增长率将接近10%。虽然印度的城市精英目前对关于毒品、战争或女权风格的剧集感兴趣,但同时该国仍然每年增加约3000万新观众,主要是在较小的城市和农村地区,这些新观众大多属于传统形式的电视节目的观众群。

由于新出现的节目更符合国际化胃口,它们的制作人也希望它们能够在国际范围内扩大对印度内容产品的接受程度。超过三分之二的《神圣游戏》的观众来自印度以外;亚马逊的悬疑片《喘息》(Breathe)有40%的观众是非印度观众。

“我们以多种语言为我们的所有节目添加字幕并进行全球同步发行。”甘地说,“我们相信这会导致节目类别重建,而不仅仅是视频平台服务方面的建设,因为如果人们看到很棒的内容,他们也倾向于从其他类型的服务中观看印度的内容产品。”

印度可以增加订阅受众吗?

根据2018年FICCI-Ernst & Young的报告,印度有大约2.25亿在线视频用户,预计到2020年这一数字将攀升至5亿,但其中只有一小部分是付费用户。

对于印度流媒体行业来说,最大的问题是,习惯于通过广告收入支持的电视和OTT服务是“Over The Top”的缩写,是指通过互联网向用户提供各种应用(服务)免费访问内容的观众是否愿意开始为内容付费。尽管提供订阅视频点播(SVoD)服务的如Netflix和亚马逊Prime视频,大多数这些平台在印度都是靠广告支持视频订阅服务的,YouTube在银幕的广告收入占总收入的40%左右;以及印度本土的大型广播电视集团,其中有一些是美印合资企业,广告收入也占有很大的份额。

由于印度的广播电视公司一直依赖广告收入,并且在大多数情况下完全拥有自己内容的版权,他们也推出了视频点播服务——Zee娱乐有Zee5视频点播平台,Star India公司有Hotstar视频点播平台(很快将成为迪士尼帝国的一部分),索尼娱乐电视部有Sony Liv视频点播平台,维亚康姆有Voot视频点播平台。有些人现在试图开用户订阅的先河,但每月的订阅费用很低——市场领军者Hotstar的每月收费约为3美元。

凭借每月6.90美元的订阅费,Netflix坚定地处于高端市场,而亚马逊每月Prime的订阅费为1.90美元(或全年14.50美元)。Eros Now实行的是三档“免费增值”模式,最昂贵的一档每月花费1.40美元。虽然Netflix和亚马逊没有按地区划分用户数量,但Eros Now最近报告称全球有1300万付费用户,但也没有公布有多少用户在印度。

发展市场

即使印度人口众多,对视频点播平台的关注也高,但其订阅收入的增长速度远低于中国。根据FICCI-EY的报告,印度视频和音频流媒体服务的订阅收入在2017年增长了50%,达到5560万美元(合39亿印度卢比),预计到2020年将达到2.87亿美元(合201亿印度卢比)。相比之下,据IHS Markit统计,中国的视频和音频流媒体服务的订阅收入,到2020年预计将达到69亿美元。

不管怎样,印度视听产业的发展还得寄希望于光纤宽带的推出——政府和Reliance Jio公司都在大力投资——将有助于增加付费订阅市场,因为光纤宽带能够为更多的互联网电视带来OTT服务,而不是目前仅对移动流量用户有吸引力(印度目前只有1800万条固定宽带链接,而移动宽带用户则为3亿4500万)。

Eros Digital公司的首席运营官阿里·侯赛因也对“一站式服务”的推出持乐观态度,比如Tata Sky Binge项目以每月3.50美元的价格整合了多项OTT服务。“我们所看到的是将多个OTT服务捆绑在一起并以合理的价格提供给消费者,这实际上比一般的有线电视用户的服务高出一档。”侯赛因说,“这是有线电视服务的复制,但质量更好,对客户的服务更有针对性。”

片名	当周票房(美元)			累计票房(美元)			发行情况		
	全球	国际	本土	全球	国际	本土	国际发行公司	上映地区数	本土发行公司
《驯龙高手3》 How To Train Your Dragon: The Hidden World	82,046,000	52,000,000	30,046,000	375,396,275	277,700,000	97,696,275	环球	62	环球
《阿丽塔:战斗天使》 Alita: Battle Angel	47,411,284	40,411,284	7,000,000	350,453,163	278,221,855	72,231,308	福克斯	82	福克斯
《绿皮书》 Green Book	36,611,000	31,900,000	4,711,000	188,020,611	112,100,000	75,920,611	狮门	64	环球
《黑疯婆子的家庭葬礼》 Tyler Perry's A Madea Family Funeral	27,108,000	58,000	27,050,000	27,108,787	58,787	27,050,000	MULTI	5	狮门
《流浪地球》 Wandering Earth, The	14,864,000	14,864,000		673,100,073	668,137,944	4,962,129	华人	1	中影
《乐高电影2》 Lego Movie 2: The Second Part, The	12,715,000	6,100,000	6,615,000	152,775,040	61,100,000	91,675,040	华纳兄弟	75	华纳兄弟
《忌日快乐2》 Happy Death Day 2U	8,716,000	6,200,000	2,516,000	54,482,610	29,200,000	25,282,610	环球	59	环球
《冷血追击》 Cold Pursuit	7,514,000	5,864,000	1,650,000	50,878,694	20,966,565	29,912,129	MULTI	38	狮门
《为家而战》 Fighting With My Family	7,035,284	2,344,000	4,691,284	17,853,321	2,907,416	14,945,905	MULTI	7	米高梅
《密室逃脱》 Escape Room	6,300,000	6,300,000		125,502,605	69,300,000	56,202,605	索尼	47	索尼

国际票房点评 3月1日—3月3日

《驯龙高手3》 国际市场夺冠

■编译/如今

梦工场动画制作的《驯龙高手3》上周末在国际市场中的58个地区新增票房5200万美元,成为国际市场周末票房榜单的第一名,该片累计国际票房已达2亿7770万美元,其全球累计票房已达3亿7540万美元。影片上周末在中国首映,收获票房1370万美元;在俄罗斯新增票房500万美元,当地累计票房已达1780万美元;在法国新增票房200万美元,当地累计票房已达1980万美元;在西班牙新增票房170万美元,当地累计票房已达510万美元;在德国新增票房150万美元,当地累计票房1590万美元;在英国新增票房130万美元,当地累计票房2200万美元;在墨西哥上映五周累计票房1990万美元。

第二名是福克斯公司发行的《阿丽塔:战斗天使》上周末在81个地区新增票房4040万美元,该片国际累计票房已达2亿7820万美元,其全球累计票房已达3亿5020万美元。影片上周末在中国新增票房2420万美元,当地累计票房已达1亿1210万美元;在法国新增票房260万美元,当地累计票房已达1450万美元;在德国新增票房120万美元,当地累计票房已达680万美元;在日本新增票房110万美元,当地累计票房已达620万美元;在澳大利亚新增票房110万美元,当地累计票房已达680万美元;在墨西哥新增票房80万美元,当地累计票房已达780万美元;在俄罗斯当地累计票房已达1160万美元;在英国累计票房已达1130万美元。

第三名是狮门公司发行的《绿皮



书》上周末在63个地区新增票房3190万美元,该片的国际累计票房已达1亿1210万美元。影片上周末在日本的180块银幕上首映,收获票房250万美元;在法国上映六周,当地累计票房已达1020万美元;在意大利上映5天,当地累计票房已达840万美元。

北美票房点评

《驯龙高手3》北美连冠

■编译/如今

上周末,北美市场中有两部新片跻身票房榜前十名,其中狮门公司发行的《黑疯婆子的家庭葬礼》位居第二名;焦点公司发行的《遗孀秘闻》位居第八名。冠军影片依然是《驯龙高手3》。

3月1日—3月3日 北美地区周末票房			
排名	片名	票房(万美元)	发行公司
1	《驯龙高手3》	3005	环球
2	《黑疯婆子的家庭葬礼》	2705	狮门
3	《阿丽塔:战斗天使》	700	福克斯
4	《乐高电影2》	662	华纳兄弟
5	《绿皮书》	471	环球
6	《为家而战》	469	米高梅
7	《难道不浪漫》	465	华纳(新线)
8	《遗孀秘闻》	458	焦点
9	《倾听男人心》	270	派拉蒙
10	《忌日快乐2》	252	环球

总体来看,榜单前十二名的影片累计票房为9873万美元,较上上个周末再跌14%;较去年同期《黑豹》三连冠的1亿3700万美元下滑28%。

《黑疯婆子的家庭葬礼》上周四开始点映,收获票房110万美元;周五开始在2442块银幕上正式放映,收获票房(含点映)920万美元;周六单日票房1127万美元;周日单日票房658万美元;周末三天收获票房2700万美元,比同系列前作《黑风脖子的万圣节2》的22万美元提升了27%,但是比《黑疯婆子闹监狱》(4103万美元)和《黑疯婆子

的万圣节》(2850万美元)要低。业内预计该片的北美票房在6000万美元左右,能够收回成本。

排在第八名的新片《遗孀秘闻》,上周五在2411块银幕上放映,首周末三天收获票房458万美元。该片是焦点公司花费500万美元购买的发行权,业内预计该片想要回本并不轻松。

冠军影片《驯龙高手3》上周的银幕数量增加到4286块,周末新增票房3005万美元,其北美累计票房已达9770万美元,业内估计北美最终票房有望超过2亿美元。

