



(上接第14版)

“柏林电影节上有更多令人兴奋的电影放映,”Sierra / Affinity 国际销售和发行部负责人乔纳森·基尔(Jonathan Kier)说道,“本届电影节是特别的,因为这是迪特·考斯里克(Dieter Kosslick)担任主席的最后一届电影节。”在反响良好的多伦多电影节之后,基尔很乐观。“美国电影市场2018”似乎有些萧条,但柏林对于买卖双方而言都充满了机会。”他说,“有很多完成的电影作品和一些新入行的买家都来了。”

“欧洲电影市场”对 WT 影业非常友好,虽然它与 Netflix 有深度合作。近年来这家公司在惊悚片方面做得很好,比如《偷听者》(The Eavesdropper)和僵尸影片《黑夜吞噬世界》(The Night Eats The World)。WT 影业的 Gregory Chambet 指出,随着公司将焦点转移到更原创、更本土的内容上,他们仍然会(与 Netflix)谈论关于全球电影版权的问题,但与此同时,他们也与当地团队密切合作,以了解他们想要在法国寻找什么样的影片。他说,“卖家有责任带来独特的项目。没有什么中间级——要么卖得很好,要么根本不卖了。”

Netflix 和预售给卖家和买家带来压力

《罗马》获得十项奥斯卡提名不仅在美国引发了议论,其制片公司 Netflix 流媒体平台在多个地区策划高关注度的电影作品也成为了国际电影业务的一个话题,同时有关传统发行模式的争论仍在继续。

虽然今年圣丹斯电影节和柏林电影节的时间离得非常近,这使得电影卖家难以同时为这两个电影节准备材料和放映,但在去年的“美国电影市场”(AFM)逆流翻盘之后,国际电影交易市场出现了谨慎的乐观情绪。然而,没有人会抱有不切实际的幻想:热

爱影院发行独立影片的电影人要为他们的生存而战,他们要面对改变游戏规则的平台,更不用说还得面对拥有全球发行渠道的大电影公司。

流媒体公司在圣丹斯电影节很活跃。亚马逊影业为《夜深时》(Late Night)、《酷刑报告》(The Report)、《她的马拉松》(Brittany Runs A Marathon)、《宝贝男孩》(Honey Boy)一共花费了超过 4600 万美元;同时,苹果公司购买了《哈拉》(Hala);而 Hulu 公司则与合作伙伴 NEON 公司一起购买了喜剧惊悚片《小怪兽》(Little Monsters)。NEON 公司在市场中很活跃,购买了惊悚片《猴子》(Monos),并与 Topic 影业一起合作拍摄《卢斯》(Luce)。

另一家流媒体公司继续主导着交易。Netflix 的放映合作伙伴在去年 12 月份全球流媒体发行之前将《罗马》推入了影院,并且据估计已经花费了 2500 万美元用于角逐奖项的宣传——远远超过其他竞争对手。阿方索·卡隆已经获得了他想要获得的两个奖。

《罗马》的广告牌贴满了好莱坞、墨西哥和其他地区。这部影片无所不在的感觉,造就了颁奖季的舆论:《罗马》是奥斯卡最佳影片奖的领跑者。

Netflix 没有任何克制的迹象,所以他们为哪部片子采取借助影院放映的方式来提高关注度,还未可知。马丁·斯科塞斯肯定会像其他人一样要求《爱尔兰人》(The Irishman)得到应有的宣传。在国际销售代理公司和其长期合作的国际发行伙伴都想获得理想的、昂贵的打包片单,但是才跟电影人进行协商变得比较棘手。

卖家很可能面对来自制片人和融资公司的额外压力,要求与 Netflix 达成全球协议,这不仅提供了乐观的收益前景,同时在某种情况下还可能获得不错的奖项。

电影销售代理商与 Netflix 公司、亚马逊影业和 Hulu 等公司之间的沟

通很频繁。卖家表示希望对独立买家提供支持。由于目前没有独立的电视剧市场可供销售,独立电影公司很难与流媒体公司以及大电影公司竞争,以获得昂贵的内容,所以每部影片的成功都至关重要。例如,在去年 11 月萨米·哈迪达(Sammy Hadida,法国独立电影资深人士)过世之后,每个人都对维克多·哈迪达(Victor Hadida)和他的团队给予很大支持,并让《大都会》(Metropolitan)不断壮大。

“流媒体也成为我们的客户,”FilmNation 创始人格伦·巴斯纳(Glen Basner)说,“一些影片出售给了流媒体,另外一些卖给了大电影公司,同时创新性的影片卖给了独立发行公司。我们的重点是每一方面提供高质量的影片,并希望以最好的方式为多样化影片选择与之内容相匹配的出口。”

巴斯纳和他的团队去年在戛纳电影节向国际买家推荐了全女性阵容的间谍惊悚片《355》,并且在“美国电影市场”中将乔治·米勒(George Miller)的类型片《三千年的思念》(Three Thousand Years Of Longing)卖给了独立电影公司。在柏林电影节, FilmNation 公司为科幻剧情片《追忆》(Reminiscence)做了销售,该片的主演是休·杰克曼(Hugh Jackman)和丽贝卡·弗格森(Rebecca Ferguson)主演;《西部世界》(Westworld)的丽莎·乔伊(Lisa Joy)带着她执导的影片首映。Endeavor 公司负责处理美国版权。

巴斯纳表示,如果一个项目很特别,独立电影公司将会加大其价值。“这完全取决于有关价值的主张,”他说,“我们相信独立发行公司比以往任何时候都需要这些电影。独立发行公司对预售会感到紧张,但如果他们没有在预售阶段抓住一个成片很好的项目,他们就无法与大电影公司和流媒体公司竞争购买到完整的影片。这是你获得最好的影片的唯一途径。”



EFM 第五届中欧制片研讨会



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
《流浪地球》 Wandering Earth, The	\$96,943,212	\$96,943,212		\$609,299,000	\$606,867,211	\$2,431,789	华人影业	3	中影
《阿丽塔:战斗天使》 Alita: Battle Angel	\$83,978,603	\$56,178,603	\$27,800,000	\$130,885,895	\$94,369,663	\$36,516,232	福克斯	86	福克斯
《乐高电影2》 Lego Movie 2: The Second Part, The	\$33,315,000	\$12,100,000	\$21,215,000	\$97,390,359	\$34,700,000	\$62,690,359	华纳兄弟	69	华纳兄弟
《疯狂的外星人》 Crazy Alien	\$28,159,438	\$28,159,438		\$318,494,000	\$318,494,000		寰亚	1	光线
《飞驰人生》 Pegasus	\$25,772,195	\$25,772,195		\$238,460,000	\$238,460,000		MULTI	6	猫眼微影
《驯龙高手3》 How To Train Your Dragon: The Hidden World	\$21,700,000	\$21,700,000		\$172,500,000	\$172,500,000		环球	49	环球
《忌日快乐2》 Happy Death Day 2U	\$21,616,000	\$11,800,000	\$9,816,000	\$25,327,500	\$11,800,000	\$13,527,500	环球	41	环球
《难道不浪漫》 Isn't It Romantic	\$14,210,000		\$14,210,000	\$20,455,347		\$20,455,347			华纳兄弟
《倾听男人心》 What Men Want	\$13,120,000	\$2,200,000	\$10,920,000	\$38,650,328	\$2,500,000	\$36,150,328	派拉蒙	6	派拉蒙
《绿皮书》 Green Book	\$11,751,000	\$9,000,000	\$2,751,000	\$126,356,401	\$60,600,000	\$65,756,401	狮门	59	环球

国际票房点评 2月15日—2月17日

中国影片再占三席 《流浪地球》国际市场连冠

■编译/如今

上周末,中国影片依然在国际周末票房榜单中占据了第一名、第三名和第四名三席。第一名仍然是热度不减的《流浪地球》,影片上周末新增票房 9600 万美元,该片的累计票房已达 6 亿 930 万美元。第三名是《疯狂的外星人》,影片上周末新增票房 2820 万美元,累计票房已达 3 亿 1850 万美元。第四名《飞驰人生》在上周末新增票房 2580 万美元,累计票房已达 2 亿 3850 万美元。

第二名是福克斯公司发行的《阿丽塔:战斗天使》,上周末在国际市场中新增票房 5620 万美元,该片的国际累计票房已达 9440 万美元,其全球累计票房已达 1 亿 3090 万美元。影片上周末在 41 个地区都是冠军,在澳大利亚收获票房 297 万美元;在德国收获票房 297 万美元;在泰国收获票房 250 万美元;在西班牙收获票房 190 万美元;在巴西收获票房 160 万美元;在越南收获票房 150 万美元;在意大利收获票房 140 万美元;在韩国新增票房 250 万美元,当地累计票房已达 1480 万美元。

第五名是环球公司发行的梦工场动画《驯龙高手3》,影片上周末在国际市场中新增票房 2170 万美元,该片的国际累计票房已达 1 亿 7250 万美元。影片上周末在波兰首映,收获票房 190 万美元;在厄瓜多尔首映,收获票房 60 万美元。续映地区中,在法国新增票房 380 万美元,当地累计票房已达 1260 万美元;在德国新增票房 330 万美元,当地累计票房已达 1150 万美元;在英国新增票房 220 万美元,当地累计票



房已达 1490 万美元;在墨西哥新增票房已达 160 万美元,当地累计票房已达 1740 万美元;在意大利当地累计票房已达 760 万美元;在巴西当地累计票房已达 1370 万美元;在韩国当地累计票房已达 990 万美元。

北美票房点评

《阿丽塔:战斗天使》北美夺冠

■编译/如今

上周,美国市场因为前(上周四)有情人节,后(本周一)有“总统日”假期,享受到了假期给市场带来的提升。共有三部新片跻身周末票房榜单前十名,其中成绩最好的是福克斯公司发行的《阿丽塔:战斗天使》;华纳(新线)公司

发行的《难道不浪漫》排在第三名;环球的新片《忌日快乐2》排在第五名。总体来看,上周末榜单前十二名的影片总票房 1 亿 900 万美元,较上上个周末小幅上涨 11%;较去年同期《黑豹》夺冠周末的 2 亿 7100 万美元,大幅下降 60%。

冠军影片《阿丽塔:战斗天使》上周二、周三晚上点映,收获票房 240 万美元;周四开始在 3790 块银幕上正式上映,单日票房(含点映)873 万美元;周五单日票房 748 万美元;周六单日票房 1160 万美元;周末三天票房 2780 万美元,上映四天票房 3650 万美元。虽然这一成绩超过了映前预期的 2000 万美元,但是该片的制作成本为 1 亿 7000 万美元,压力很大。该片在影院出口评分不算低,为“A-”,然而营销成本很高,业内预计该片的总票房只有达到 5 亿美元才能收回成本,非常艰难。

《难道不浪漫》上周三在北美的 3444 块银幕上放映,单日票房 183 万美元;周四收获票房 442 万美元;周五到周日周末三天收获票房 1421 万美元,上映六天总票房 2300 万美元,基本符

合映前预期。该片的预算为 3100 万美元,并且将于 2 月 28 日在 Netflix 上放映,回本应该不是问题。

《忌日快乐2》上周三在 3207 块银幕上放映,周末三天仅收获票房 982 万美元,较其前作《忌日快乐》首周末的 2604 万美元的收入不到一半。



2月15日—2月17日 北美地区周末票房			
排名	片名	票房(万美元)	发行公司
1	《阿丽塔:战斗天使》	2780	福克斯
2	《乐高电影2》	2122	华纳兄弟
3	《难道不浪漫》	1421	华纳(新线)
4	《倾听男人心》	1092	派拉蒙
5	《忌日快乐2》	982	环球
6	《穷追不舍》	600	狮门/顶峰
7	《触不可及》	559	STX
8	《玻璃先生》	386	环球
9	《神童》	315	Orion
10	《绿皮书》	275	环球