



让电影公司重新思考战略 欧洲的影院窗口僵局

■ 编译如今

随着法国和意大利强制执行独家影院放映窗口期,电影公司的高管们现在必须考虑完全绕过影院放映(并放弃票房收入)来增加流媒体平台的播放量是否值得。

在经历了两年的新冠疫情剧变之后,电影业最大的争论之一似乎已经尘埃落定。

老式大片的回归——看看派拉蒙影业的《壮志凌云2:独行侠》(全球票房超过10亿美元,还在不断增加)和环球影业的《侏罗纪世界3》全球票房超过7.5亿美元获得成功——似乎已经让制片公司再次认识到了独家影院窗口的价值。这一情况与疫情的高峰期发生了翻天覆地的变化,当时,随着全球大多数电影院关闭,制片公司争先恐后地将他们的大投资电影放到内部平台上——迪士尼+、华纳的HBO Max、派拉蒙+。华纳将这一数字优先的口号发挥得淋漓尽致,在平台上发行了其整个2021年的电影片单,包括大投资《沙丘》和《黑客帝国:矩阵重启》,同时在影院和美国的HBO Max上进行同步上映。

然后是《新蝙蝠侠》。一年多来第一部华纳兄弟公司在影院窗口独家上映的电影,罗伯特·帕丁森(Robert Pattinson)主演的超级英雄重启影片在全球赚了7.6亿美元,其中近3.7亿美元来自美国国内市场。米高梅的《007:无暇赴死》(全球票房收入7.74亿美元)、迪士尼的《奇异博士2》(全球票房收入9.33亿美元)和索尼的《蜘蛛侠:英雄无归》(全球票房19亿美元)在影院内大获成功——独家影院窗口大获全胜——似乎已经解决了影院窗口提升票房并为电影最终流媒体平台发行建立口碑动力的论点。

“毫无疑问,观众想要并且将会回到电影院观看一部精彩的电影。”VUE国际公司的首席执行官蒂姆·理查兹(Tim Richards)说,该电影集团在9个国际市场拥有近2000块银幕。

“事实证明,在流媒体平台上推出大投资续集类影片想要回本非常困难,这也是华尔街不再喜欢流媒体订阅服务的原因之一。”理查兹指出,“你能想象在流媒体平台而不是大银幕上观看《壮志凌云2》或《蜘蛛侠:英雄无归》吗?”

英雄无归》吗?”
电影公司和放映公司甚至在影院窗口期的长度上找到了共同点——这一直是谈判的症结所在。如果75天到90天的窗口期是疫情前的标准窗口期,那么现在在美国,影院上映和在流媒体平台放映之间的等待期通常约为45天。“我们都同意这一方案,”理查兹说,“我看不到任何关于未来影院窗口期的讨论。”

但法国和意大利的情况有所不同。这两个在欧洲最大的两个票房市场,新的窗口期之战已经爆发,虽然其他地方的电影业的这一战争已经平静了下来。迪士尼6月8日表示,他们将跳过法国动画电影《奇异世界》(Strange World)的院线上映,选择将这部电影在11月的黄金假期独家在迪士尼+平台上上映。迪士尼法国总裁海伦·埃齐(Hélène Etzi)在提到迪士尼这一举措时引用了当地的独家影院窗口法,她称之为“不公平”和“反消费者”的。

迪士尼反对法国的监管,该监管不仅强制执行严格的4个月影院独家窗口期,而且还将付费电视版本的播放放在流媒体平台播放之前——电影在电影院上映6个月后才在付费电视上的播放——这意味着如果迪士尼将一部电影在法国影院上映,它必须等待17个月才能在迪士尼+上播放。在法国,还有一个欧洲独一无二的严格电视窗口期,这意味着制片公司必须在一段时间内从流媒体平台上下线新电影,通常是在院线上映后的22到36个月之间,以允许它们在商业电视频道上独家播出。

对于希望使用他们的大投资影片来建立全球流媒体业务的电影公司来说,法国的限制可能会扰乱其全球推广和营销计划。例如,《奇异博士2》在美国上映48天后的6月22日,在迪士尼+上随处可见。但法国的订阅者必须等到2023年10月。

“对于这些平台而言,跳过法国影院直接进入流媒体平台可能更具有经济意义。”Comscore公司法国区的总经理埃里克·马蒂(Eric Marti)表示,“以前,制片公司只在流媒体平台上播放电影只是一种威胁式的想法,现在有了迪士尼和《奇异世界》,这种威胁是真实存在的。”

马蒂指出,将于2023年在法国推出HBO Max流媒体平台的华纳兄弟公司也可能效仿迪士尼。“他们不会在流媒体平台上直接发行他们所有的电影,但即使我们只是设想每个制片公司每年有两到三部电影仅在流媒体平台上发行,法国电影院每年也会有10到15部美国电影损失,这可能意味着1500万观众流失,”他说,“这对票房来说将是一个真正的打击。”

如果迪士尼同意在法国本土电影的制作上投入更多资金,可能会缩短其影片在法国到流媒体平台的时间。网飞就是这样做的,承诺每年在法国本土独立电影上投资约4500万美元。作为交换,网飞将获得更短的影院独家窗口期,并且可以在“仅”15个月内在流媒体平台上上线他们在法国影院上映的电影。实际上,这些影片很可能只是法国与网飞共同投资的影片,无论如何,这些电影只会世界大部分地区做在线发行。

“法国的系统实际上非常公平:如果你支付更多,你就先走,”法国放映集团FNCF的董事总经理马克-奥利维尔·塞巴格(Marc-Olivier Sebbag)说,“付费电视优先于流媒体凭条,因为(法国付费电视集团)Canal+每年在法国电影上投资2亿欧元(合2.08亿美元)。如果迪士尼也这样投资,他们的影片就可以很快上线。”

意大利传统上采取了更为灵活的方法。获得政府资助的电影必须遵守严格的窗口期规则——目前影院和在线放映之间的间隔为90天——但对于非意大利电影,发行是根据具体情况处理的。简·坎皮恩(Jane Campion)的奥斯卡获奖影片《犬之力》(The Power of the Dog)和保罗·索伦蒂诺(Paolo Sorrentino)的《上帝之手》(The Hand of God)都是网飞的作品,于11月在意大利的影院上映,几周后在流媒体平台上播出。

但意大利文化部长达里奥·弗朗切斯基尼(Dario Franceschini)在3月份宣布制定一项法律,规定所有电影(包括大制片公司的影片)必须有90天的影院独家放映窗口期,这让业内许多人感到震惊。该立法尚未生效,旨在重振意大利病态的电影业,该行业远未出现新冠疫情后的复苏反弹。即使在2021年影院开始开放之后,观众,尤其是年长的观众,仍然远离电影院。根据智库欧洲视听观察台(European Audiovisual Observatory)的数据,意大利是欧洲唯一一个从2020年到2021年票房依然下滑的主要电影市场。

通过迫使制片公司将电影在电影院停留更长时间,弗朗切斯基尼的目的是重振当地影院放映产业。这位部长借鉴了法国的规则,即影片影院上映到流媒体平台播放有15到17个月的时间间隔,作为意大利的规则。

“这是愚蠢的,真的很愚蠢,它试图保护一个行业——电影院;但同时摧毁另一个行业——流媒体。”意大利家庭娱乐团体Univideo的总裁皮耶路易吉·贝纳斯科尼(Pierluigi Bernasconi)说,其成员包括迪士尼和华纳兄弟公司。



《奇异世界》



《上帝之手》



《沙丘》



《犬之力》

伯纳斯科尼指出,去年在意大利获得票房前三名的好莱坞作品——《蜘蛛侠:英雄无归》、《007:无暇赴死》和《沙丘》——的收入与“前150部”意大利影片一样多。“也许意大利不应该把重点放在告诉人们应该在哪里看电影,而应该更多地关注制作观众想看的电影。”他打趣道。

根据具体情况确定影院独家窗口期的欧洲市场——如英国和西班牙——是影院重新开放后票房反弹最快的市场之一,这表明灵活性而不是严格的监管可能是最好的前进方式。

“如果你与行业内的大多数人交谈,他们都会表示不想要更长的窗口期,因为它不会帮助电影院,而且可能会损害流媒体,而流媒体是目前影片收入增长的主要来源,”意大利视听媒体编辑联盟(Audiovisual Media Editors Union)的主席海梅·翁达扎(Jaime Ondarza)说,其成员包括迪士尼、网飞、亚马逊Prime和派

拉蒙全球。“如果我们创造了这个人为强加的影院独家放映窗口,那么基本上为另一个行业创造了一个排他性的窗口期,这另一个行业被称为盗版。”

到目前为止,在争取更严格、更长时间的影院独家窗口期方面,法国和意大利是异类。在整个欧洲,包括英国、西班牙、比利时和丹麦在内的大多数国家都允许制片公司和放映公司根据具体情况设置上映窗口期,或者和德国、爱尔兰和荷兰等地一样,只为由政府补贴的作品设置影院窗口期。

但制片公司不应该低估当地影院老板的政治力量——尤其是如果他们动员反好莱坞情绪的话。“在法国,政客们总是有机会说:‘美国电影,回家吧——我们要保卫我们自己的产业,’”马蒂说,“而迪士尼,作为美国文化力量的象征,嗯,他们是完美的坏人。”