

国际放映和发行高管对产品、协作和优质体验的需求

■ 编译 谷静



《星愿》

在巴塞罗那举行的欧洲电影博览会(CineEurope)上,为期一周的电影公司展示和讨论以及大厅里的闲聊带来了一些关于电影现状及其未来的观点。人们的情绪总体上是乐观的,但担忧和觉得需要改进的空间仍然存在。

主要讨论点包括电影院运营商需要继续升级并为顾客提供尽可能最佳的体验,以鼓励他们走出家门,以及各种大格式银幕的优势。多样化和广泛的内容产品是关键,但人们仍然担心今年的排片安排会有些停顿。此外,放映商和制片公司之间的合作正在不断增长,他们彼此称为合作伙伴,但有时会发生争执。

人们似乎还没有对正在进行的美国编剧协会罢工或会影响制片进程的潜在演员罢工表示担忧。一位高管说,“如果罢工在8月底结束,就不会产生任何影响。如果它持续到9月,那么就会有担心。如果大多数电影能够在夏末之前投入制作,那么它们仍然可以确定其档期。”

即将推出的影片看起来确实很强劲,环球影业在未来12个月内将推出40部影片,包括《奥本海默》(Oppenheimer)、《末日逃生2:迁移》(Migration)和《魔法坏女巫》(Wicked);而迪士尼在发布会上大肆宣传了17部影片,推出了肯尼思·布拉纳(Kenneth Branagh)的《威尼斯惊魂夜》(A Haunting in Venice),并展示了《星愿》(Wish)的片段,现场表演了其中一首歌曲;狮门影业谈论了11月的《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》(The Hunger Games: The Ballad of Songbirds and Snakes);而索尼则展示了《绝地战警4》(Bad Boys)的镜头以及《伸冤人3》(The Equalizer 3)、《拿破仑》(Napoleon)和《头号赛车手》(Gran Turismo)中的场景。华纳兄弟的推介持续了两个小时,重点介绍了《芭比》(Barbie)和《疯狂的麦克斯:弗瑞奥萨》(Furiosa)并邀请了赞达亚(Zendaya)和提莫西·查拉梅(Timothee Chalamet)等人才来谈论《沙丘:第二部分》(Dune: Part Two)和查拉梅主演的《旺卡》(Wonka)。就在罗马全球首映两天后,派拉蒙向观众展示了《忍者神龟:变种大乱斗》(Teenage Mutant Ninja Turtles: Mutant Mayhem)的场景以及《碟中谍7:致命清算(上)》(Mission: Impossible - Dead Reckoning Part One)的放映。尽管汤姆·克鲁斯今年未能前往巴塞罗那,但由于人们对这部电影及其票房潜力的期待很高,他仍然是人们关注的焦点。

票房方面,2023年第一季度全球较2022年同期增长27%。联合国信息中心(UNIC)引用高尔街数据的报告显示,在欧洲、中东和非洲地区,这是自疫情爆发以来最成功的一个季度,与去年相比增长了32%。

荷兰、奥地利和挪威实现了增长,而西班牙和意大利5月份的业绩接近2019年。

UNIC在欧洲进行的大量观众行为调查显示,消费者,尤其是年轻观众,正在稳步回归电影院,并确认看电影是首选且最实惠的户外娱乐选择。自2021年起,欧洲平均票价上涨了4%,这也是由于大格式银幕的日益普及所推动的,这表明观众愿意为优质服务或升级体验支付更多费用。

英国仍然是一个值得关注的市场。Vue International公司的创始人兼首席执行官蒂姆·理查兹(Tim Richards)在一个专注于疫情后复苏的小组讨论中说,“当我们看到欧洲最大的市场——英国仍然没有真正达到预期时,这让人惊讶,有时也有点令人担忧。市场确实是盛宴或饥荒,要么打破纪录,要么我们一无所有。我们总是有电影比其他电影表现得更好。我们总是有一些电影的表现低于预期。但今年感觉最近上映了一些电影,很棒,很棒,你可以看到并尝试客观地看待它们,然后它们的表现没有达到预期,你试着理解为什么。通常,您可以发现原因。我认为今年更具挑战性,并不是都能找到明确的原因。我认为作为一个行业,我们需要做一些工作来尝试找出一些电影不起作用的原因。是内容吗?是观众吗?”

华纳兄弟影业国际影院发行总裁安德鲁·克里斯普斯(Andrew Cripps)表示:“我们在华纳兄弟花了很多时间讨论成功与失败的影片。因此,表现出色的电影一如既往,《超级马力欧兄弟大电影》和许多其他电影就证明了这一点。但那些表现不佳的电影比以往任何时候都更糟糕……就观众决定是否在家看电影或是在电影院看电影而言,门槛更高了。我们所有人面临的挑战是确保观众每次到电影院都是一次特别且重要的体验……消费者离开时必须获得真正优质的体验,不仅是视觉和声音,还有客户服务以及涉及影院的一切。”

克里斯普斯继续说道,作为一个行业,“我们可以做得更好。如果我们吸引观众,我们就必须做得更好。显然,有一部分观众没有定期

回到电影院。是因为电影没有吸引那部分观众吗?这就是其中的一部分原因……疫情之后,所有制片公司制作的电影都减少了。我们仍在追赶……目前行业中存在固有的挑战。但我认为目前我们所拥有的产品质量和多样性与疫情前不同。希望这种情况会随着时间的推移而改变。”

环球影业国际公司执行副总裁兼董事总经理尼尔斯·斯温克尔斯(Niels Swinkels)表示:“去年,我们很高兴《天堂门票》这样一部关于老年女性的影片获得了1亿美元的票房收入,该片将两位大电影明星带回了大银幕。我们去年还常常看到《贝鲁斯特》等独立电影的表现相对较好,《哈利斯夫人闯巴黎》和《塔尔》的表现也好于美国本土,尤其是在欧洲。但毫无疑问,我们需要更多的产品流,我们需要观众重新养成去影院的习惯。”

Kinepolis公司的首席执行官艾迪·杜肯(Eddy Duquenne)在谈到中型投资的电影时表示:“我不相信人们说的我会等着观看某某影片。我认为这更多的是一个意识问题。我认为,作为放映商,我们也需要学会销售电影,并建立信誉,如果我们向您推荐这样一部电影,根据行业惯例,这部电影不算进行过大规模的营销活动,那么我们就可以建立信誉,让观众相信我们准备了一些他们绝对需要观看和了解的东西。那是我们可以去做的。有很多方式可以建立这种声誉。”

克里斯普斯指出,“我认为不能忽视这样一个事实:流媒体公司现在也开始向电影院提供内容产品。”在谈到HBO Max制作的电影《鬼玩人崛起》时,克里斯普斯指出了关键点:“这部电影在全球获得了1.4亿美元的票房,并且取得了令人难以置信的成功。这1.4亿美元不会出现在电影行业的生态系统中。”他还提到了亚马逊的《气垫传奇》(Air),已故的米高梅发行总监埃里克·洛米斯(Eric Lomis),认为这部电影值得在影院上映。克里斯普斯说:“他是对的。这部电影在全球获得了9000万美元的票房……我认为,人们正在认识到大规模影院上映所带来的价值,而且我认为他们会看到更多这样的价值,这将有助于内容产品的供应。”

理查兹看好与好莱坞大电影公司更密切的合作。“我们都从电影的成功中受益,我认为关于这次疫情的少数好事之一,或者说唯一的事情,就是我们与电影公司在营销和宣传电影方面的关系,确实比以往任何时候都更好……我们知道我们的观众比任何人都好。我认为在与电影公司共享数据方面我们还有很长的路要走,因为我们都是赢家。”

克里斯普斯提出:“我想说,和我们一起工作。我们在每个国家/地区都设有现场团队,利用这些数据来联合营销电影,这对我们来说都是有利的。我们都面临着预算的挑战,电影更加昂贵,宏观经济形势也受到挑战。但如果我们能让这些营销活动更加有效,我们所有人都会受益,我们就能把这些观众带回电影院。”

斯温克尔斯表示同意:“我认为营销领域最大的转变正是需要智慧。其背后是数据分析……它证明了建立和维护这些关系是至关重要的。没有其他原因,只是为了让大家变得更强。”

展望未来,克里斯普斯表示:“我们花了很多时间讨论短期的胜利。我们必须着眼于长期。如果这个行业失去了20%的观众,那么每年都会

大量的观众流失……我们不能让顾客走出电影院说,‘你知道吗,那种体验不好。’所以我鼓励大家着眼长远。让我们一起让它成为一个更好的行业。”

斯温克尔斯对此表示同意,并称重要的是不要只考虑周末和能在影院中上映多少周,而要“考虑全年”。我们倾向于与合作放映商制定更长期的计划,尽可能多地展示我们的作品,因为我知道能够拥有尽可能多的信息来提前计划,这对每个人的财务状况都很重要。然后,升级双方的体验,真正倾向于提供给观众特殊格式的观看体验并将其向前推进。”

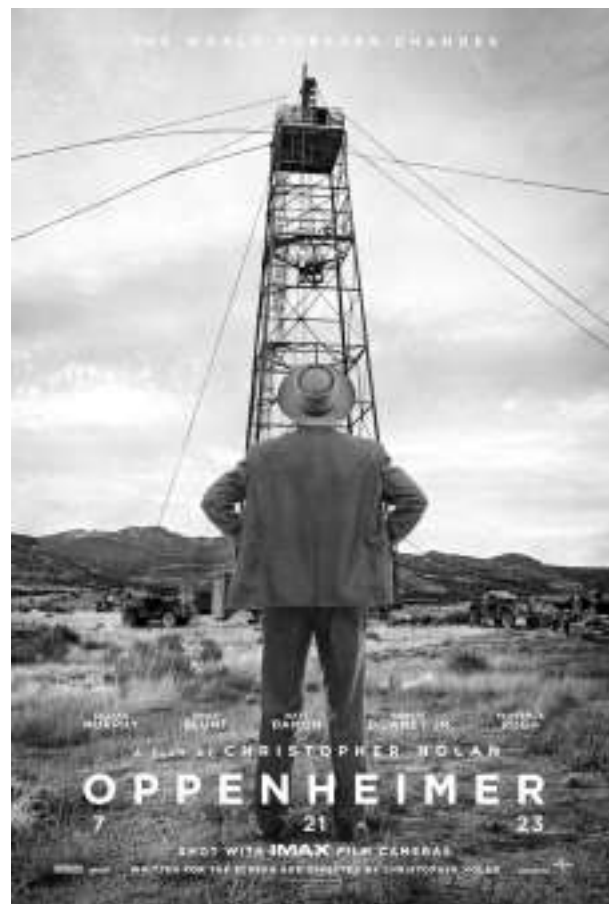
谈到优质大银幕,克里斯普斯称其为“经济方程式中至关重要的一部分”。我们制作了很多非常有利于优质大格式放映的电影,我们制作了很多大银幕、大型活动的电影。在我看来,它们更贵并不是巧合,但它们卖得更快。如果你观察购买预售票的消费者,他们往往会购买,无论是IMAX、Screen X、4DX,无论优质格式是什么,他们往往会先购买这些门票。消费者想要一种体验,我认为我们必须继续提供与

家庭体验不同的产品。”

克里斯普斯说,“今年夏天有一些精彩的大片”。但从秋季来看,“发行时间表仍然存在差距。我们必须继续努力为消费者提供全年的娱乐。”

理查兹说:“一旦我们再次获得完整的电影上映名单,一旦我们再次获得完整的影片选择名单,我充满希望并相信我们将回到疫情前的水平。但今年不会发生这种情况。幸运的是,今年我们尝到了复苏的滋味。我想我们有希望度过一个愉快的夏天。但到了秋天我们又会出现了这么大的差距。我们只需要更多的电影。这又是我们应该专注于建立内容产品基础的时候,因为即将上映的电影就是这堵承重墙,既有当地的本土影片,也有来自好莱坞的,我们需要在影院确保每个人都能享受到美好的时光,我们希望他们拥有。”

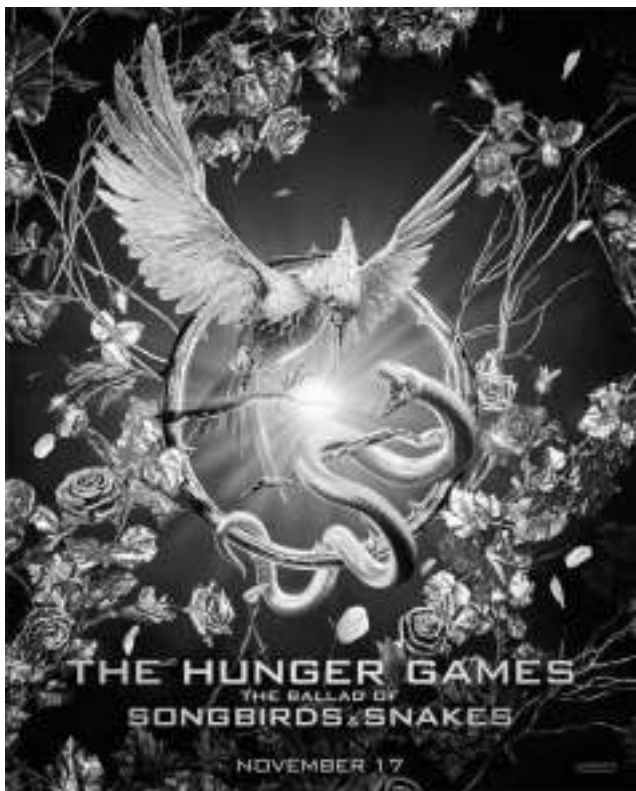
放映商高管对未来几年持乐观态度。“我认为我们有一个独特的,可能一生一次的机会,为未来奠定新的基础。真的又从零开始了。我们有机会做一些特别的事情,为行业创造持续发展的可能性。”



《奥本海默》



《忍者神龟:变种大乱斗》



《饥饿游戏:鸣鸟与蛇之歌》