

国际票房点评  
5月17日—5月19日

## 《猩球崛起:新世界》国际市场连冠

■编译/谷静

上周末,凭借在国际市场的强大影响力,20世纪影业/迪士尼的《猩球崛起:新世界》在上映的第二周,于52个国际票房市场中新增票房4060万美元,蝉联国际票房榜第一名。其国际累计票房已达1.363亿美元,全球累计票房已达2.375亿美元。在续映市场中,特别有黏性的市场是巴西(-21%)、英国(-23%)、德国(-26%)、澳大利亚(-32%)、意大利(-33%)、韩国(-33%)和西班牙(-36%)。这部由韦斯·鲍尔执导的电影已经成为该系列在保加利亚、土耳其和哥伦比亚票房最高的电影,也是所有主要欧洲和亚洲市场中顶级的非本土影片,它在拉丁美洲仍然排名第一。以下是迄今为止排名前五名的市场:中国(当地累计票房已达2040万美元)、法国(当地累计票房已达1380万美元)、墨西哥(当地累计票房已达1200万美元)、英国(当地累计票房已达1000万美元)和韩国(当地累计

票房已达580万美元)。IMAX银幕的全球总票房为2180万美元。第二名是约翰·卡拉辛斯基的《神秘友友》,上周末这部影片扩展到了56个国际市场,新增国际票房2000万美元,其国际累计票房已达2400万美元,全球累计票房已达5900万美元。该片上周末在英国首映,票房收入320万美元(包括预览),当地周末票房排名第一;墨西哥首周末票房280万美元;澳大利亚首周末票房200万美元;德国首周末票房90.5万美元;西班牙首周末票房85万美元。其他值得关注的市场是意大利(首周末票房81.5万美元)、巴西(首周末票房73.5万美元)、韩国(首周末票房48万美元)、阿联酋(首周末票房30万美元)和波兰(首周末票房26.5万美元)。法国是迄今为止最大的市场,当地上映两周之后的累计票房达520万美元。第三名是哥伦比亚影业/爱尔康康



乐公司出品的《加菲猫》,该片在国际市场持续热销,上周末仅在27个市场就新增了1030万美元的票房收入,其国际累计票房已达4900万美元。未来仍有40%的待上映市场,包括沙特阿拉伯、英国、印度尼西亚、澳大利亚、波兰、法国和日本。

全球票房周末榜(5月17日-5月19日)

片名	当周票房(美元)			累计票房(美元)			发行情况		
	全球	国际	美国	全球	国际	美国	国际发行公司	上映地区数	本土发行公司
《猩球崛起:新世界》 Kingdom of the Planet of the Apes	\$66,600,000	\$40,600,000	\$26,000,000	\$237,539,501	\$136,300,000	\$101,239,501	迪士尼	53	20世纪
《神秘友友》 IF	\$55,000,000	\$20,000,000	\$35,000,000	\$59,000,000	\$24,000,000	\$35,000,000	派拉蒙	59	派拉蒙
《特技狂人》 The Fall Guy	\$15,646,000	\$7,196,000	\$8,450,000	\$127,566,845	\$64,580,000	\$62,986,845	环球	82	环球
《陌生人:第一章》 The Strangers: Chapter 1	\$13,729,100	\$1,729,100	\$12,000,000	\$13,729,100	\$1,729,100	\$12,000,000	MULTI	14	狮门
《加菲猫》 The Garfield Movie	\$10,300,000	\$10,300,000		\$49,000,000	\$49,000,000		索尼	27	
《九龙城寨之围城》 Twilight of the Warriors: Walled In	\$8,000,000	\$8,000,000		\$77,000,000	\$77,000,000		MULTI	5	中影
《塔罗》 Tarot	\$7,000,000	\$5,000,000	\$2,000,000	\$29,933,316	\$14,500,000	\$15,433,316	索尼	53	索尼
《Un P'it truc en plus》	\$6,834,000	\$6,834,000		\$25,946,000	\$25,946,000		PANDIST	1	
《末路狂花》 The Last Frenzy	\$6,642,000	\$6,642,000		\$78,436,000	\$78,436,000		MULTI	3	猫眼
《彷徨之刃》 Hovering Blade	\$5,626,000	\$5,626,000		\$5,733,400	\$5,733,400		MULTICN	2	爱奇艺

北美票房点评  
5月17日—5月19日

## 《神秘友友》北美夺冠

■编译/谷静

上个周末,派拉蒙公司的新片在北美影市周五单日票房1030万美元,周六单日票房1360万美元,首周末收获票房3400万美元,登上了北美周末票房榜的冠军,这一成绩比映前预期的3000万美元之内高了不少,这意味着CinemaScore的口碑正在发挥作用。这部约翰·卡拉辛斯基执导/编剧/制片的电影吸引了50%的普通观众和50%的家庭观众,CinemaScore/Screen Engine PostTrak的观众评分系统给予了84%的正面评价和64%的明确推荐。88%的12岁以下儿童表示愿意观看,49%的儿童表示应该立即观看。成年观众中女性占比56%,其中49%的观众年龄



在18-34岁之间。从人种分类看,41%的观众是白人,26%是西班牙裔和拉丁

裔,10%是黑人,14%是亚洲裔。第二名是20世纪影业/迪士尼的《猩球崛起:新世界》,周六单日票房为1090万美元,比周五增长60%,三天票房为2570万美元,北美累计票房接近1.01亿美元。第三名是狮门影业出品的新片《陌生人:第一章》,周六单日票房为390万美元,比周五下降了23%,首周末票房估计为1150万美元。观看该片的观众中55%为女性;69%的观众年龄在18-34岁之间;34%是白人,38%是拉丁裔和西班牙裔,16%是黑人,7%是亚洲人,5%是美国/其他人。

美国周末票房榜(5月17日-5月19日)

名次	片名	周末票房/涨跌幅%	影院数量/变化	平均单厅收入	累计票房	上映周次	发行公司	
1	《神秘友友》 IF	\$35,000,000	-	4041	\$8,661	\$35,000,000	1	Paramount Pictures
2	《猩球崛起:新世界》 Kingdom of the Planet of the Apes	\$26,000,000	-55.50%	4075	\$6,380	\$101,239,501	2	20th Century Studios
3	《陌生人:第一章》 The Strangers: Chapter 1	\$12,000,000	-	2856	\$4,201	\$12,000,000	1	Lionsgate Films
4	《特技狂人》 The Fall Guy	\$8,450,000	-38.30%	3845	\$2,197	\$62,986,845	3	Universal Pictures
5	《挑战者》 Challengers	\$2,941,203	-32.80%	1938	\$1,517	\$43,510,299	4	United Artists Releasing
6	《回到黑暗》 Back to Black	\$2,850,000	-	2010	\$1,417	\$2,850,000	1	Focus Features
7	《致命塔罗》 Tarot	\$2,000,000	-41.20%	2334	\$856	\$15,433,316	3	Screen Gems
8	《哥斯拉大战金刚2:帝国的崛起》 Godzilla x Kong: The New Empire	\$1,710,000	-34.50%	1773	\$964	\$194,405,013	8	Warner Bros.
9	《蔚蓝天使》 The Blue Angels	\$1,310,767	-	227	\$5,774	\$1,310,767	1	-
10	《无名英雄》 Unsung Hero	\$1,095,000	-57.10%	1736	\$630	\$19,069,317	4	Lionsgate Films



《膝盖骨乐队》

(上接第14版)

鉴于观众现在似乎只关注少数几部影片,这是否会影响到您购买电影的时机?您是否想尽早加入项目?

登特:有影响。如果某些影片是我们真正想要的,我们总是会尽早加入。这更像是一场赌博,但也可能是有益的。例如,我们很早就介入了(圣丹斯电影节出圈的爱尔兰影片)《膝盖骨乐队》(Kneecap)。我们投入资金进行制片,与Charades公司联手进行国际销售,并与Wildcard公司合作在爱尔兰进行发行。该片尚未发行,但国际销售表现非常出色,引起了广泛关注。

普拉佐塔:我确信许多戛纳电影节主竞赛单元的影片已经售出,提前购买它们变得越来越普遍。但这是有风险的,你必须真正相信这个项目。它不是更便宜,如果销售代理让你认为他们的项目会是胜利者的话,它可能会更贵。我很少提前购片,因为我过去犯过一些错误——在剧本的早期阶段

很难知道什么会起作用,什么不起作用。对于戛纳电影节,我没有提前决定买哪部影片。

福斯:我尽可能避免预售。我过去曾经做过这些。正如阿纳斯塔西娅所说,它们不一定更便宜,但它们应该更便宜,因为你要承担风险。我也遇到过一些令人讨厌的意外。

考虑到我们迄今为止讨论过的挑战和机遇,你们每家公司在2024年剩余时间里的工作重点是什么?

福斯:我们正在拍摄更多丹麦本土纪录片——这对我们来说是一件充满热情的事情。当然,丹麦也支持本土电影。我们还制作了更多北欧电影;为了投入制片,许多制片人需要我的签名。所以我们在赌博,但避免最低限度的保证,并帮助这些电影获得一些制片上的支持。如果其中一部电影在影院上映,可能会带来惊喜。我们发行的电影数量也比新冠肺炎疫情暴发前要素。

我们已从每年大约20部影片减少到15部。这是一种更有针对性的方法。

埃斯库德罗:我们正在努力让观众重新回到电影院,并尝试探索吸引他们的新方法。这很重要,因为对于独立电影来说,电影院是最安全的电影发行方式。我们正在向平台和流媒体提供版权许可——但他们可以在未来随时改变他们的政策。因此,我们需要保持影院市场的强劲,不仅仅是出于浪漫的原因,而且因为这是独立电影的生存问题。

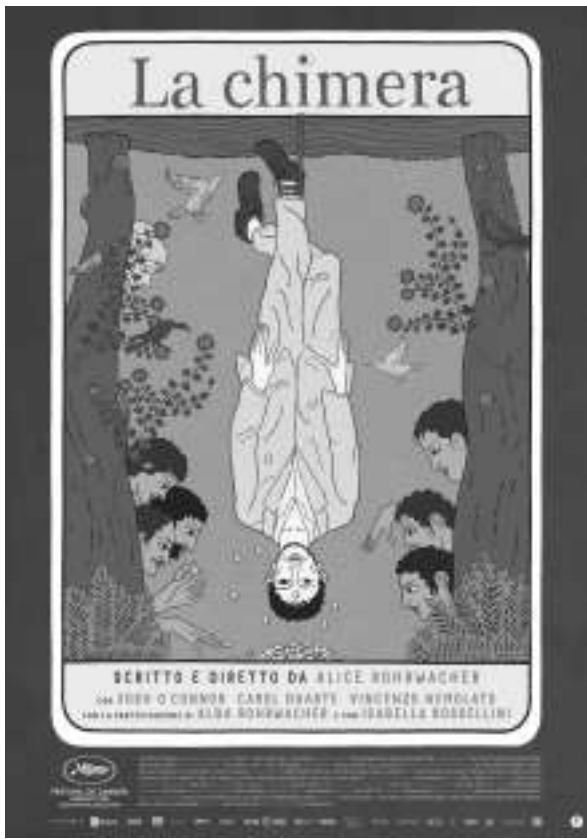
除了海外收购之外,我们还将继续关注本土影片,以加强我们的流媒体平台Acontra+的运营。该平台是与观众联系的好方法。创建一个社区非常重要,就像寇松曾多年来所做的那样,将人们从平台带到影院,再从影院带到平台。

登特:目前这是一个不断变化的市场。我们正在寻找不同的机会,并且非常愿意与更多的人合作。当然,我们一直在寻找能够吸引观众的高品质电影,我们希望让整个观影体验变得特别。这是与不同的合作伙伴、不同的销售代理、不同的平台、不同的发行商更密切的合作。这是在寻找新的机会——而不是局限于一种做事方式。

普拉佐塔:我们将继续使产品阵容多样化。我们总是会选择自己真正喜欢的电影,但我们会做市场实验。我觉得自己更加勇敢,因为我想购买一部显然没有观众的非常疯狂的电影来测试市场。我觉得今年将非常具有挑战性和令人兴奋——我们可以尝试寻找非常特别的影片。

福斯:我们还必须记住,我们很荣幸能够从事这项业务。这既是商务又是娱乐。当然,我们会尝试购买艺术大片,但我们必须对电影有感觉。这就是这个行业的美妙之处——我们大多都是充满热情的人,并且坚持追随我们的热情。这也是我们最终发行电影的动力。你对电影发行所投入的热情是观众很容易察觉的;当他们买票时,他们会根据你的热情来买票。我们不能仅仅将其视为一种经济投资。

普拉佐塔:我同意。每次发行都像一次冒险。同样重要的是,在营销推广方面,我们正处于一个数字化和人工智能的新时代。接下来的情况将会非常不同。我们不怕这个。从营销策略的角度来看,这将是一个机会并且令人兴奋。我们正在研究新的人工智能工具,以帮助我们更好更快地做事。



《奇美拉》



《桑拿房的女性私语》