

全球巨头在欧洲电影和电视市场的存在感正在增强，一份有影响力的报告警告称

■ 编译/谷静



报告发布之际，欧盟正在权衡未来对欧洲媒体和视听行业的支持。今年7月，欧盟公布了一项提案，拟用新的AgoraEU项目取代“创意欧洲媒体”(Creative Europe Media)项目，该项目将同时支持视听和新闻媒体行业。

第二份《展望》报告警告称，欧盟媒体行业面临着来自全球巨头前所未有的竞争。该行业在欧盟245,000家企业中直接雇佣了132万人。

报告称，欧洲媒体市场(包括视听、新闻媒体、视频游戏和XR/VR)“集中在少数非欧盟公司身上，尤其是来自美国和中国的参与者”。

这些非欧盟公司凭借其YouTube、SVOD(订阅式点播)和社交媒体等平台发行的控制权，在所有媒体市场“攫取了大部分收入”。电视等传统媒体仍然占据主导地位，但正逐渐被这些欧洲内容较少的数字媒体所取代。

报告警告称，欧洲视听媒体行业仍然较为分散，只有少数几家大型公司能够在全球或地区层面展开竞争。与美国同行业相比，欧洲行业投资水平较低，这加剧了其自身技术产品的开发和应用速度缓慢的问题。

聚焦电影

电影方面，报告称，2023年欧盟故事片产量增长了3%，预计有1779部故事片和纪录片。欧洲电影的产值也比疫情前高出了16%。

然而，报告指出，欧洲院线电影仍然严重依赖公共基金。直接公共补贴占电影预算的26%，制片激励措施则贡献了21%。

报告警告称，制作支出的增加并没有带来欧盟内容产品的成功，因为美国内容产品仍然占据主导地位。

在SVOD平台上，美国作品占总目录的51%，但观看时长更高，达到61%。到2024年，欧盟作品占总目录的20%，但仅占消费量的16%。

在电影院中，欧盟电影占欧盟成员国电影票房的29%，而美国电影的市场份额达到66%。

美国公司成长

报告发现，在更广泛的视听

市场中，美国公司的收入份额有所上升。以康卡斯特、迪士尼、网飞和谷歌为首的美国公司目前占欧洲前100家集团收入的40%。欧盟公司的份额继续下降至59%，自2016年以来下降了8个百分点。按收入排名靠前的欧盟公司分别是德国ARD公司、卢森堡RTL集团和法国Canal+公司。

展望未来，报告称，随着人工智能等技术创新加速塑造市场，欧盟视听产业面临处于不利地位的风险。

报告确实展现了欧洲媒体行业的积极性。报告指出，欧盟公司创作的内容产品声誉良好，在电影和高质量电视剧、高端虚拟现实硬件、独立电子游戏以及可信新闻等领域表现强劲。报告还指出，尽管经历了短暂的低迷和人员流动，但该行业的就业岗位有所增长，公司总体上保持盈利。

但《展望》的结论是，当前的状况“对欧洲媒体的经济韧性和创作自由以及整个欧洲的文化影响力构成了风险”。

建议

它建议欧洲业界应更加注重以观众为先的方法，“通过定制内容来满足不同观众的需求，同时吸引尽可能广泛的观众。”

对于视听和游戏内容产品的发行，这可能涉及优先考虑营销、社区参与、观看体验和内容发现的推荐系统。

它表示，专有或基于欧盟的技术解决方案“可以帮助欧洲媒体扩大规模并保持其主权”，并指出欧盟媒体在技术上依赖于全球巨头。

报告还表示，利用人工智能至关重要，但指出欧洲业界主要依赖非欧盟的人工智能解决方案。

它呼吁媒体公司投资科技初创企业和规模扩大的企业，以开发人工智能工具、区块链框架和云服务解决方案。目前，在800家研发投入排名前列的公司中，只有7家是媒体公司。

报告称，欧洲公司应该更好地利用能够在拥挤的市场中脱颖而出知识产权品牌，并警告说，欧洲媒体公司仍在努力保留和利用版权。

国际票房点评 9月19日—9月21日

《731》国际市场夺冠

■ 编译/谷静

上周末，中国影片《731》以1.21亿美元的大比分在国际市场夺冠！该片在4个市场上映，其全球累计票房已达1.7亿美元。

第二名日本动漫《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》继续保持强劲势头，上周末在76个国际市场新增票房4457万美元，全球累计票房已达6.66亿美元。它不仅是全球票房最高的日本动漫电影，也是有史以来全球票房最高的日本电影。在日本，该片的发行由Crunchyroll/索尼负责，而在其他大多数市场，索尼负责发行，后者迄今为止的票房收入为2.69亿美元。上周末，Crunchyroll/索尼负责的62个国际市场新增3600万美元票房(含北美，共5330万美元)。国际市场拓展至德语区和法语区，首周末票房创下纪录。法国首周末票房860万美元，德国首周末票房达820万美元。韩国和中国台湾并未包含在索尼发行范围



内，其票房分别为3730万美元和2500万美元。Crunchyroll/索尼负责的国际市场排名前五的分别是：墨西哥(当地累计票房已达1510万美元)、中国香港(当地累计票房已达1240万美元)、印度(当地累计票房已达810万美元)、英

国(当地累计票房已达750万美元)、印度尼西亚(当地累计票房已达730万美元)。

第三名是新线华纳兄弟联合出品的《招魂4：终章》，上周末在75个国际市场新增票房2830万美元，其国际累计票房已达2.488亿美元，全球累计票房已达4亿美元。该片成为同系列中欧洲票房最高的一部，在拉丁美洲的巴西、墨西哥、哥伦比亚和智利等10个市场成为同系列电影的票房冠军。此外，它还在巴西、哥伦比亚、智利和秘鲁等9个市场成为有史以来票房最高的恐怖片。目前排名前五的市场分别是：墨西哥(当地累计票房已达2640万美元)、英国(当地累计票房已达2030万美元)、巴西(当地累计票房已达1530万美元)、法国(当地累计票房已达1460万美元)和德国(当地累计票房已达1270万美元)。日本仍将于10月17日上映。

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
《731》 731	\$121,202,000	\$121,202,000		\$169,771,000	\$169,771,000		MULTI	4	北京环腾时代
《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》 Demon Slayer: Kimetsu No Yaiba Infinity Castle	\$61,865,100	\$44,565,100	\$17,300,000	\$665,830,000	\$561,100,000	\$104,730,000	索尼	76	索尼/Crunchyroll
《招魂4：终章》 The Conjuring: Last Rites	\$41,250,000	\$28,300,000	\$12,950,000	\$399,977,000	\$248,800,000	\$151,177,000	华纳兄弟	77	华纳兄弟
《唐顿庄园3》 Downton Abbey: The Grand Finale	\$14,599,000	\$8,299,000	\$6,300,000	\$59,534,000	\$27,908,000	\$31,626,000	环球	36	焦点
《他》 Him	\$13,862,000	\$362,000	\$13,500,000	\$13,862,000	\$362,000	\$13,500,000	环球	26	环球
《死亡竞走》 The Long Walk	\$10,636,000	\$4,336,000	\$6,300,000	\$31,621,300	\$8,902,300	\$22,719,000	MULTI	48	狮门
《链锯人 剧场版：蕾塞篇》 Chainsaw Man - The Movie: Reze Arc	\$10,204,000	\$10,204,000		\$10,204,000	\$10,204,000		东宝	1	
《律界新手3》 Jolly LLB 3	\$9,778,594	\$9,100,000	\$678,594	\$9,778,594	\$9,100,000	\$678,594	MULTI	20	FUNASIA
《绮梦之旅》 A Big Bold Beautiful Journey	\$8,000,000	\$4,500,000	\$3,500,000	\$8,000,000	\$4,500,000	\$3,500,000	索尼	43	索尼
《坏蛋联盟2》 The Bad Guys 2	\$6,330,000	\$5,630,000	\$700,000	\$207,820,000	\$127,492,000	\$80,328,000	环球	81	环球

北美票房点评 9月19日—9月21日

《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》北美连冠

■ 编译/谷静

上周末，北美票房低迷，所有影片的票房约为7780万美元，比上上个周末下降了48%，但与一年前同期相比仅下降了4%。

冠军影片依然是日本动漫影片《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》，该片在3342家影院首映，周五单日票房450万美元，周六单日票房730万美元，周日单日票房540万美元，周末三天票房1730万美元，其北美累

计票房已达1.047亿美元。

第二名是环球影业的新片《他》，上周末在北美的3168家影院上映，周五单日票房647万美元，周六单日票房430万美元，周日单日票房270万美元，首周末三天票房1350万美元。该片的男女观众比例为51%/49%，推荐度较低，为41%，但这是一部恐怖片。观众多元化程度为36%的黑人、34%的白人、20%的拉丁裔和西班牙裔以及6%

的亚裔美国人。这部R级影片的购票者中，25岁以上男性占33%，25岁以上女性占31%，25岁以下男性占19%，25岁以下女性占17%。

第三名是华纳兄弟的《招魂4：终章》，上周末在北美的3413家影院上映，周五单日票房370万美元，周六单日票房550万美元，周日单日票房370万美元，周末三天票房1295万美元，其北美累计票房已达1.511亿美元。

美国周末票房榜(2025年9月19日—9月21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	《鬼灭之刃 剧场版 无限城篇 第一章 猗窝座再来》 Demon Slayer: Kimetsu No Yaiba Infinity Castle	\$17,300,000 -75.50%	3342	\$5,176	\$104,730,034	2	索尼
2	《他》 Him	\$13,500,000 -	3168	\$4,261	\$13,500,000	1	环球
3	《招魂4：终章》 The Conjuring: Last Rites	\$12,950,000 -49.50%	3413	\$3,794	\$151,177,124	3	华纳兄弟
4	《唐顿庄园3》 Downton Abbey: The Grand Finale	\$6,300,000 -65.20%	3711	\$1,697	\$31,625,620	2	焦点
5	《死亡竞走》 The Long Walk	\$6,300,000 -46.20%	2845	\$2,214	\$22,719,334	2	狮门
6	《绮梦之旅》 A Big Bold Beautiful Journey	\$3,500,000 -	3300	\$1,060	\$3,500,000	1	索尼
7	《高年新生》 The Senior	\$2,773,021 -	2405	\$1,153	\$2,773,021	1	Angel
8	《玩具总动员》 Toy Story (30周年重映)	\$1,400,000 -59.40%	2340	\$598	\$5,886,301	2	迪士尼
9	《视听呈现：诺亚现场秀》 Sight & Sound Presents: NOAH Live	\$1,386,408 -	933	\$1,485	\$1,602,727	1	-
10	《凶器》 Weapons	\$1,260,000 -53.80%	1186	\$1,062	\$149,731,617	7	华纳兄弟

