



Morning Consult公司的民意调查

跨过影院直接进入视频点播发行？ 美国电影观众怎么看

■ 编译/如今



NBC环球公司的CEO杰夫·谢尔赞扬了《魔发精灵2》在点播平台上的表现

近一半的观众认为电影应该首先在大银幕上首映，而40%的观众则认为应该关闭电影院放映窗口。

一项新的调查显示，消费者在对于电影院业主和好莱坞制片公司（特别是环球影业）之间持续存在的争执——在大银幕和家庭视频点播平台上同时发行新电影方面也存在分歧。

据《好莱坞报道》报道，Morning Consult公司民意调查显示大约一半以上的消费者（即53%）同意“数字平台首映”在COVID-19疫情期间是一件好事，但他们希望疫情结束后一切恢复正常。此外，有46%的人认为电影在以数字形式发行之前应该始终先在大银幕上首映。

同时，Morning Consult公司对2200名成年人进行的民意调查发现，有40%的人支持环球影业在电影院和数字平台同时发行电影，其中33%的人表示，即使伤害了电影院行业，制片公司也应该继续这样做。

这项调查是在4月30日至5月3日之间进行的，几天后，AMC连锁影院表示，在NBC环球公司CEO杰夫·谢尔对《魔发精灵2》的高端视频点播表现发表正面评论后，该影院将不再许可任何环球影业的电影在他们的电影院中上映。

环球影业决定于4月10日在视频点播平台上放映这部家庭类动画电影，而不是等待美国和某些欧洲地区的电影院重新开放。《魔发精灵2》的结果超出了我们的预期，并证明了视频点播发行的可行性。谢尔在4月28日对《华尔街日报》表示，“一旦电影院重新开放，我们预计将以两种格式发行电影。”

谢尔在随后的评论中说，该公司仍然相信影院给消费者带来的体验非常有吸引力。环球影业内部人士补充说，谢尔从未说过视频点播与影院发行会是同时的。目前，只有在电影院上映三

个月后才能通过常规点播以数字方式租借这部电影。环球影业以及其他主要制片公司希望缩短影院独家窗口期，能让他们的影片更早实现更高的收入。

根据调查，有30%的狂热观众支持AMC连锁影院抵制环球影业的决定。超过一半的受访者（52%）表示，电影院应该适应时代的变化，并接受电影的数字平台首映。

Morning Consult公司最新的民意调查也重新审视了消费者的情绪，即当电影院重新开放时，一个人可能有多快返回电影院。近四分之一（即22%）的受访者表示，他们将在所在州达到白宫建议开放电影院的COVID-19感染数量基准后的一个月内去看电影。

同时，来自Screen Engine/ASI公司的一项新民意调查发现，额外的消毒措施和错开的座位是消费者对重返电影院或其他大型室内娱乐场所能够建立信心的关键所在。在接受调查的2700名消费者中，有超过51%的人表示安全问题是他们首要要考虑的问题。（Screen Engine公司是娱乐业领先的研究公司之一。）

但是总体上只有7%的人说他们会马上去电影院看电影。此外，还有54%的人不知道何时在人群中才是安全的。

“这种在短期内快速发生的社交变革是前所未有的。”Screen Engine/ASI公司CEO兼创始人凯文·格茨（Kevin Goetz）表示，“改变习惯可能需要五到七年的时间才能实现，而娱乐活动就是一个很好的例子。我们看到传统电视收视率有所提高，流媒体达到预期增长以及消费者接受了新电影的视频点播。”

根据Screen Engine公司的一项民意调查显示，在恢复安全之后，新内容出现到电影院是最重要的，该调查还发现，电影观众期望从家里“逃出去”到电影院，观看“大片”并享受整个的影院体验。

奥斯卡提名导演维伦纽瓦新片《沙丘》全新剧照发布

本报讯 近日，由美国传奇影业和好莱坞兄弟影片公司携手打造，根据弗兰克·赫伯特小说改编，奥斯卡提名导演丹尼斯·维伦纽瓦（《降临》、《银翼杀手2049》导演）执导的全新科幻动作冒险电影《沙丘》（暂译）曝光两张新剧照，沙丘飞行器半露真容，“甜茶”提莫西·查拉梅饰演的保罗·厄崔迪和“灭霸”乔什·布洛林饰演的哥尼·哈莱克身着蒸馏服，互相搀扶，直面风沙。保罗白衣造型也首次曝光，手持武器蓄势待发，少年英雄英姿飒爽。

电影《沙丘》呈现了一段神秘而感人至深的英雄之旅。天赋异禀的少年保罗·厄崔迪（提莫西·查拉梅 饰演）被命运指引，为了保卫自己的家族和人民，决心前往浩瀚

宇宙间最危险的星球，开启一场惊心动魄的冒险。与此同时，各路势力为了抢夺这颗星球上一种能够释放人类最大潜能的珍贵资源而纷纷加入战场。最终，唯有那些能够战胜内心恐惧的人才能生存下去。

在此次《帝国》杂志释出的剧照中，“甜茶”提莫西·查拉梅饰演的保罗·厄崔迪和“灭霸”乔什·布

洛林饰演的哥尼·哈莱克来到了厄拉科斯星球上珍贵“香料”的开采地，师徒两人站在飞行器机翼上全副武装，于荒漠之中相互扶持，迎风而立，人物关系尽显。

电影《沙丘》将以两部的形式完整呈现宏大的“沙丘世界”，对于万众期待的沙虫造型更是花费超过一年的时间设计。

（杜思梦）



迪士尼的流媒体增长 能否弥补疫情带来的所有缺口？

■ 编译/如今

“迪士尼+”平台的早期成功将成为应对疫情影响的亮点。

迪士尼公司可能要面对99个问题，但流媒体并非其中之一。

在业绩不佳的情况下，“迪士尼+”的早期表现至少为迪士尼王国提供了一个可以乐观的方面。该流媒体平台服务于去年11月推出，截至今年5月4日，用户已累积到5450万，超越了Hulu的用户，甚至超过了亚马逊成为仅次于Netflix的第二大流媒体服务平台。

对于迪士尼而言，更重要的是，这个平台有望实现迪士尼公司为自己设定的订户目标，并且比原计划提前了四年。不幸的是，它可能无法应对迪士尼未来几个月中将要面临的众多挑战。

“迪士尼在流媒体平台上的大手笔投资是该公司的亮点，可以帮助公司缓解一些疫情带来的财务压力，但仅靠流媒体本身并不能让公司渡过所有的困境。”eMarketer公司的分析师罗斯·贝恩斯（Ross Benes）表示，“‘迪士尼+’迅速吸引了大批订户用户，但只要电影院和主题公园还在关闭，它对整个公司的影响就有限。这是因为与许多其他迪士尼产品一样，流媒体服务可以在用于跨公司其他业务的交叉销售时，能获得最大的收益。”

尽管“迪士尼+”的开局比鲍勃·伊格（Bob Iger）最好的预期都要好，但2020年余下的时间对于这家好莱坞最大的电影公司来说似乎是可怕的。

迪士尼在即将结束的一个财季中，其利润暴跌了91%，每股收益下降了60美分，并且由于新型冠状病毒大流行，对迪士尼最大收入来源的主题公园产生了约10亿美元的负面影响。在下一财季，由于全球健康危机引起的经济危机的全面冲击，它的前景似乎更加严峻，它将在公司的资产负债表上感受到危机的存在。

这并不是鲍勃·查佩克（Bob Chapek）新任迪士尼CEO的最佳方法。

尽管亚洲国家的新冠病毒疫情有所放缓——上海迪士尼乐园开放——但在欧洲的部分地区仍在加剧，尤其对迪士尼而言，美国疫情的影响最大。这使得该公司将在何时可以恢复其最大的两个收入来源——公园活动业务和票房——处于很大的不确定性状态。

此外，迪士尼最赚钱的电视频道ESPN由于缺乏现场体育节目而收益下滑，而即将到来的ABC秋季

节目阵容也尚未明晰。迪士尼首席财务官克里斯汀·麦卡锡（Christine McCarthy）日前表示，他们看到电视频道的广告销售“大幅下降”，尤其是ESPN频道，通常NBA季后赛中间、MLB赛季的一个月是广告很多的时期。而美国国家橄榄球联盟（NFL）秋天即将来临的赛季也处于不确定的状态。

制片停产可能最终影响“迪士尼+”，“迪士尼+”应该在今年年底从漫威获得第一拨影片（两个系列）以及第二季的《曼达洛人》（The Mandalorian）。

“COVID-19疫情大流行将迪士尼最大的优势转化为最大的软肋。”贝恩斯说，“影片发行和主题公园是该公司的长期利润中心，它们在短期内正在亏损，并且直到出现新冠特效治疗方法或疫苗，能够使消费者舒适地回到大批人群中之前，没有明确的恢复途径。”

《花木兰》仍有望在7月24日上映，但目前尚不清楚电影院的制作方式（尽管座位可能减少），或许那个时候病毒仍然存在，但看电影的人已经觉得去电影院足够安全了。

查佩克说，他们将关注华纳兄弟公司的克里斯托弗·诺兰（Christopher Nolan）的电影《信条》的上映情况，该片应该在《花木兰》之前一周上映。查佩克表示，这将使他们对会发生什么有个很好的预期，尽管他乐观地认为，多重市场都“已经有了不可思议的被压抑的需求”。

但是，距离7月24日还有两个多月的时间，美国和其他国家/地区的疫情情况完全无法确定。

“人们将希望去主题公园玩，在电影院里观看最新的皮克斯电影，并花数小时（无数小时）在家看ESPN的体育节目，”分析师迈克尔·内森森（Michael Nathanson）写道，“对我们来说，讨论的是关于这场衰退的持续时间以及它可能对关键传统业务造成的持续损害，比如订阅费用、电视广告和影院观影人次。”

迪士尼的电影和电视作品什么时候甚至可以恢复拍摄，以及当他们这样做时会变成什么样，这都是问题，查佩克告诉分析师，该公司目前无法预测漫威的《尚气》（Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings）等电影何时会重回制片进程的正轨。不过，他说，一旦制片工作开始复工，他们很可能会从中总结如何在疫情中重新开放和

运营公园的经验。“我们将对戴口罩采取严格的监督，并且我们希望

在公园中也实施类似的防疫办法。”

除此之外，新型冠状病毒大流行肯定会对公司的电影部门产生长期影响，因为电影部门要评估什么样才是最佳的发行方式，更重要的是，什么是最佳的发行方式。查佩克告诉投资者，迪士尼作为影院放映和传统发行窗口最坚定的捍卫者之一，可能不得不开始重新审视迪士尼在COVID-19疫情暴发之后发行电影的方式。

“我们非常相信大投资影片的整体影院体验价值。”查佩克说，“我们还意识到，要么由于消费者消费习惯的动态变化和发展，要么由于诸如新冠病毒疫情之类的某些无法预知的事情，我们可能不得不对总体战略做出一些改变，只是因为电影院没有开放或没有开放到票房财务可行的程度。”

查佩克的言论是对独家窗口期争论的回应，这次争论主要是在放映公司和环球影业之间，在环球影业成功进行了《魔发精灵2》的流媒体播放和按需点播之后，该公司表示将在流媒体和电影院中发行更多的电影，即使在电影院能够再次打开大门之后。

