



《消失的她》海报

“百亿元”暑期档终于回来了！今年暑期档电影热闹非凡，也战果辉煌。据灯塔专业版实时数据，截至7月22日11时54分，2023年暑期档（6月1日~8月31日）总票房（含预售）突破100亿元，刷新暑期档最快破百亿元纪录，也是继2019年之后，时隔3年暑期档再度站上百亿元票房大关。

令人欣喜的是，《消失的她》《八角笼中》《长安三万里》3部国产片暂列暑期档票房榜前3名，其中《消失的她》票房破34亿元。同时，令人诧异的是，昔日“一家独大”的进口大片则逊色很多，票房最高的《变形金刚：超能勇士崛起》为6.5亿元，《蜘蛛侠：纵横宇宙》3.56亿元，《碟中谍7（上）》3亿元。疫情以来，好莱坞大片在中国内地市场的滤镜一碎再碎。

## 国产片集体撑起“最快破百亿元”暑期档

# 好莱坞大片滤镜碎了？

### 暑期档前三名均为国产片 《消失的她》一骑绝尘

这个暑假，记者多次在电影院感受到国产片的火爆，《封神第一部》和《消失的她》等都出现了检票口排长队的现象。

《消失的她》票房破34亿元，上映以来连续17天蝉联单日票房冠军。该片并非传统意义上的爱情电影，但双人购票比例远高于大盘均值，“情侣婚前教育”“带恋爱闺蜜观影”等成社交平台热门话题。

“苏产电影”《八角笼中》票房已破19亿元。该片以“冲破牢笼，不屈不挠”的精神给这个炎热的夏天再添热血与力量，打破中国影史

点映票房纪录，上映以来收获大量“自来水”。

票房破13亿元的动画电影《长安三万里》，则说明中国传统文化的坚守创新是破圈密码，以8.2分暂列暑期档国产影片的豆瓣最高分。

从上周开始，另一部“苏产电影”《封神第一部》上映，身背“视效大制作”“中国神话史诗”等标签，目前豆瓣分7.7，口碑有长尾效应，有望持续发力。本周还有黄渤、王一博主演的街舞题材片《热烈》，将继续搅动市场。

### 观众迭代“老一套”不吃香了

近期美国《华尔街日报》发文表示“连汤姆·克鲁斯也无法吸引中国影迷去看好莱坞电影”。对此，上海电影家协会副主席、上海戏剧学院教授石川接受记者采访时表示，引进大片20年了，但国内观众已换了两代，目前的主流观众群以“00后”和“95后”为主，拿《碟中谍7（上）》来说，虽然质量不错，但汤姆·克鲁斯的号召力并不在这个群体，所以难破圈。

综合各路评价不难看出，好莱坞大片滤镜破碎的根本原因，跟自身的症结有关。

原创剧本比例下降，好莱坞对于

改编剧及IP续集的依赖越来越强。此前博纳影业董事长于冬就表示，好莱坞各大公司大部分是职业经理人，越来越不敢冒险了，拍续集不会犯错误，但也缺乏创新，缺乏对题材、故事和美国人文的理解。

以超级英雄电影的由盛转衰的现象来看，视觉效果炫目、剧情理解门槛低，曾是好莱坞在全球攻城略地的法宝，然而这些年过于依赖这一成功路径，几年如一日的套路化、模板化，即使是铁杆粉丝也会觉得审美疲劳。

（据《扬子晚报》）

### “阿汤哥”等情怀牌不好使 好莱坞大片祛魅了

国产片火爆的同时，好莱坞大片却表现平平。多家影城人士向记者证实，今年明显感觉到好莱坞大片的受欢迎程度在大幅下降，上座率相对低。

拿《碟中谍7（上）》来说，是“阿汤哥”汤姆·克鲁斯主演的系列大IP，用时12天仅获3亿元票房；好莱坞明星哈里森·福特主演的大IP电影《夺宝奇兵5》在日美

均获得票房周冠，但在中国市场却折戟沉沙，到目前仅收获2388万元票房。

不少观众则对好莱坞大片祛魅了，有观众直言不讳地告诉记者，好莱坞大片太套路化和同质化了，“何时追逐、何时爆炸、何时煽情，基本都能预测到。而且今年上映的基本上都是IP续集，消费一次是情怀，多了就审美疲劳。”



《八角笼中》海报