

谁是这届国庆档的最惨输家？

当一部商业大制作未能获得足够的票房时，资本一定会愈发谨慎起来，对于行业而言，一个负循环就产生了。

这个验证从暑期档继续延续到了刚刚结束的国庆档。

如果说，2024年暑期档是“一夜回到了十年前”，那么，这届国庆档虽不至于那么惨淡，但同样是一个不成功的档期。

从票房数字来看，今年国庆档最终票房落在了21亿，去年同期为27.36亿，国庆档票房最高峰是2021年的43.89亿，今年的这一成绩仅略高于2018年19.08亿。

票房数据之外，更令市场担忧的实则是名导们的状态与成绩。

宁浩和陆川纷纷折戟——《爆款好人》一开始就直接掉出竞争之列；《749局》也走出了高开低走的路线，这延续了暑期档陈思诚、乌尔善和徐峥执导影片票房均没过5亿的传统。

而另一边被市场寄予厚望的青年导演刘江江，其新作《出入平安》更是面临着无奈撤档的窘境。

2024年，仿若成为了华语少壮派导演们陆续撞墙的一个年份，这群中流砥柱们没能引领商业片市场，这或许是除去票房之外，这个市场最为担忧的事情本身。

要知道，资本和钱是优先投给这批功成名就的导演的，一旦他们不成功，资本就会愈发谨慎起来，这对于本不富裕的电影行业而言，是一个更悲伤的信号，这意味着，大导演不再挣钱、资本更加谨慎、其他电影也难获投资的负循环在慢慢形成。

事实上，行业大佬们此前就对这一现象发出了预警。2018年，上海国际电影节期间某场论坛上，光线传媒王长田和谊兄弟王中磊在

面对资本和行业间关系时，立场一致地表示是行业没有对得起资本的信任，这导致资本的逐渐离场。

从2024年暑期档到国庆档，电影行业需要解决的问题，不仅仅是如何拉回更多的年轻人重回电影院，同样是如何慢慢地重新获得资本的信任。

回到“谁是这届国庆档的最惨输家”这个具体问题，答案可以是陆川，可以是《爆款好人》，但最终的输家也是一个有机体：是花钱买票的观众，是投钱的出品方，是整个电影市场。

01 陆川走进落寞的季节

陆川和其执导的《749局》掀起了这届国庆档最大的舆论浪花，整个过程就如同一个标准的“三幕式”商业电影一般，这可以概括为：

第一幕，开场设定。

《749局》脱胎于前作《九层妖塔》，指向我国专门研究超自然现象的保密单位，真真假假虚虚实实的背景现实，再加影片科幻、怪兽电影的设定，让影片备受市场期待。上映首日《749局》豪取1.7亿票房成绩，证明了这部商业大片的足够的市场号召力。

第二幕，高潮冲突。

涌入的观众发现《749局》电影质量本身堪忧，世界观设定、剧情逻辑再加演员表演多个维度表现坍塌，进而观众在社交平台上花式吐槽，表达对这部烂片的不满。

面对汹涌舆论导演陆川亲自进场，连发多条微博，想要维护影片主创和演员的尊严。这进一步促进了观众与导演陆川的对立情绪。双方对阵的立场本就颇有娱乐圈老传统，观众说的是电影质量差，主创回应的核心是，你们知道这六年创作这部电影有多么不容易嘛。

第三幕，结尾落幕。

《749局》从10月2日后，分别被《志愿军》《浴火之路》《熊猫计划》和《危机航线》反超，影片票房预测也极速回落，从10亿到5亿再到如今的近4亿，成为了这届国庆档票房高开低走的典型案例。

放在更长的时间线来看，《749局》从立项创作、拍摄、停摆、找钱做后期到上映的六年时间，就是一部中国电影热钱退去的简史，其两大出品方北京文化和华谊兄弟，在这几年里都遇见了资本爆雷以及经营困难，反而依靠陆川个人的坚韧努力，靠接拍电视剧、广告片拿到的钱投入到项目中，生生将陆川的公司“猿动力”做成了主要出品方之一。

诞生历程艰难曲折的《749局》，代表着一段中国电影行业从踌躇满志到困难重重，之于一部电影的映射，这部有着足够票房潜力的电影，败在了核心的质量口碑层面，怪不得其他因素。

对于导演陆川而言，意味着其在后续商业大片的找钱之路上，将会更加困难。

02 宁浩创作，不该变成“温吞”好人

《749局》票房高开低走，导演陆川与网友线上对垒，这由此引发的一个市场讨论是，导演陆川是否活在一个被保护的信息茧房里，有媒体打出了“审判《749局》：为陆川可惜，但导演要学会听真话”的标题，事实上是在指责导演没有广泛听取市场意见的勇气。

如果说，导演陆川近几年勇闯商业大制作，是碍于个人技艺问题，那么，市场就很难分辨清楚，为何宁浩、徐磊执导的《爆款好人》从上映之始就不再票房竞争者之列，是导演宁浩没有创作激情，再无票房野心了吗？

这种猜测又如何解读《爆款好

人》实实在在地诞生了呢？这部影片也将成为宁浩的首部票房在千万级的作品。

本质上来看，《爆款好人》市场遇冷的根本问题是，当下的电影观众们根本不关心“好人”张北京的生活。

你说这是宁浩和葛优两个喜剧大师的合作项目，观众会问这到底讲的是一个怎样的故事？你说电影是对网红直播乱象的鞭挞，观众说我自己直接围观“东北雨姐”“疯狂三只羊”的故事难道不更有参与感吗？

当年《三峡好人》碰到《满城尽带黄金甲》票房惨败时，贾樟柯发出的那个感叹句，“在这样一个崇拜‘黄金’的时代，有谁还关心‘好人’，这句话演变一下同样适合《爆款好人》，在一个被短视频培养出刺激阈值升高的年代，谁还会有精力去琢磨好人张北京的温吞生活呢？

或许更应该关注的是，导演宁浩近些年的创作心态。

排除出参与的主旋律电影，其近五年执导的电影分别为《疯狂的外星人》(2019年)《红毯先生》(2023年)以及这部《爆款好人》，一个信号是，宁浩仿佛失去了拍摄票房爆款的兴趣了，更多地聚焦于用电影去表达对某些社会现象的不满。

《红毯先生》是将娱乐圈的某些不合理规则放置在大银幕，《爆款好人》是对网红生态的批判，但两部影片都是喜剧的外壳，这会让影片丧失批判力度。

一定程度上，当下市场缺少的是《心花怒放》这种类型明确的商业大片，让票房燃起来，然而，宁浩也许早已没有了创作这类电影的欲望了。

03 悲欢背后，变化同在 陆川的《749局》、宁浩的《爆款

好人》都是这个国庆档的输家，在这两部作品之外，其他电影也很难可以被称作爆款赢家。

高投入、大制作的《志愿军：存亡之战》最终票房预测来到了14亿元，与第一部的8.68亿有一定进步，刘德华领衔的《危机航线》和成龙主演的《熊猫计划》最终票房也在4亿之内。

相反，最终票房或超越5亿的《浴火之路》，将是这届国庆档的优秀项目。

自上映第三天《浴火之路》便逆袭为单日票房第二，位居《志愿军》之下，上映7天其票房超越了3.5亿。

横向对比这届国庆档项目来看，《浴火之路》除了赵丽颖流量之外没有强盛的关注度，但这个项目贵在短板明显、优点也很显著。

影片的短板在于，一部打拐题材，但最后的剧情走向没有太多的逻辑性可言，完全是犯罪片的套路。

创作变化的出现，恰好也成了该电影的缺点，谁说打拐题材一定只能走《亲爱的》《失孤》这样的现实主义路径？《浴火之路》将打拐故事嫁接到犯罪片类型之中，也有公路片的要素，这都让影片的可视性大大增强了，进而削弱了观众对于影片不合理故事逻辑的关注度。

一定程度上，刘烨、肖央和赵丽颖也奉献了不错的戏份，这种中生代演员的组合，不若与成龙、刘德华这类巨星的银幕号召力。这或许是给市场的另外一种启示，当大明星们早已无法扛起票房之时，就需要去找不同的演员搭配。

每个档期都有撤档影片，今年国庆档这个选手是《出入平安》，17亿票房《人生大事》导演刘江江的又一部大银幕作品，但历史已经给过了多次答案，撤档的影片都没有“东山再起”过。

故乡福园

National Memorial Park National Funeral Home

7482 Lee Hwy., Falls Church VA 22042

欲知详情请电:张真 Cassy
手机:703-937-7299

风景风水之好胜于大华府地区任何墓园。交通方便，位于495环线内。园陵享有永久免费妥善维护。