

砸两亿灾难大片赔惨？ 刘德华和六大影帝影后打不过毒液3



11月初，好莱坞大片《毒液3》以碾压之势狂扫内地票房，反而是刘德华、莫文蔚、白宇、王丹妮、谢君豪等明星大腕合

作的《焚城》略显尴尬！毕竟该片豆瓣口碑高达7.6，票房居然被《毒液3》压死，令人所料不及！

目前，《毒液：最后一舞》的单日票房破4750万，排片占比为23.6%，票房占比为35.2%，总票房已经顺利突破4.7亿！如果，《焚城》不能靠口碑逆袭的话，预测《毒液3》的领先优势能够保持到邓超《胜券在握》上映！

虽无法与2018年第一部《毒液》取得的7.66亿元人民币首周票房相提并论，但在今年的众多引进片中已属翘楚，甚至优于《死侍与金刚狼》（1.75亿元人民币）。首周两亿的强势开局，让该片有望突破七亿！

《毒液3》北美烂番茄低于38%，不过豆瓣6.6，基本属于正常爆米花大片品质。索尼影业居然押宝内地观众，让该片比北美提前上映，更是奇招！

1.2亿美元的制作成本，没想到成为了淡季中的票房霸主，全球票房已经突破1.8亿，内地观众对这种怪兽和喜剧打结合的美国大片，还是感兴趣！

反观《焚城》首日票房1489万，第二天票房为2962万，排片占比为18.5%，相比于首日的21.1%有所下降，原因是整体上座率不如预期，被全国影院砍掉了场次！

目前，《焚城》的6100万票

房中，还有很大一部分是来源于之前近一周的点映。

影片定档在11月这个头部体量偏小、大盘偏低的档期，安乐老板江志强曾笃定放言：“每个档期都可以是春节档，只要电影内容够好。”

不过，和《梅艳芳》《毒舌律师》《还是觉得你最好》《还是觉得你最好2》等中小成本故事片相比，《焚城》是一部高资金投入的大制作

江志强形容，“我下了一场很大的赌博”。这样做的目的是创新，打破内地观众对港片的审美疲劳。

猫眼预测《焚城》的最终票房在2亿左右，但是投资就高达两亿，几乎有六大影帝影后级别的明星！

光是影帝级别的明星就有刘德华、谢君豪、郑则仕、林保怡、莫文蔚、王丹妮、吴彦姝也是影后级人物，外加白宇、黄德斌、何启华、王菀之等明星。

根据春节档大片《红毯先生》的公告，刘德华片酬在6000万左右，那么《焚城》加上其他明星和灾难CG大场面，砸两亿以上，基本是一个合理投资！如果《焚城》票房止步于2亿，那么片方分账7300万，要赔惨了！

幸亏《焚城》的口碑不错，豆瓣7.6分已经创刘德华近年电影的新高，既有高官权利斗争、官商勾结的黑色产业链，又

有救火队员感人的壮举，因此片方恐怕寄托于口碑逆袭！不过，从以往情况看，该片撑死逆袭到三亿！

《焚城》是纯属虚构的，却想走《寒战》那种政治和灾难大片的路线，但是编剧忽略了一件事：这种毁灭性级别的灾难，什么时候轮到一个小地区的高官说了算？真有这种灾难诞生，内地高层早就派兵增援解决了！

而且中港合拍的救火题材灾难大片，虽然有《烈火英雄》这种在暑期档横扫16亿票房的经典案例，黄晓明还得了影帝，让人看到同类片的潜质。

但不要忘记，《救火英雄》《逃出生天》《紧急救援》《惊天救援》等大片都卖得不咋地，肯定都赔了，早已给《焚城》的片方敲响了警钟！

今年的港片票房普遍不佳，除了《九龙城寨之围城》票房高达6.84亿，赚钱以外，其他港片都普遍卖得不咋地。

《危机航线》勉强过三亿，《谈判专家》1.56亿，《海关战线》1.29亿，《传说》仅停留在八千多万！

口碑绝佳的《焚城》如果止步于三亿票房，肯定是血本无归的，对于中港合拍片的未来而言，无疑更是一个巨大的打击！江志强等投资人或许应该为定档在11月淡季，这种失误的判断来负责！

《珠帘玉幕》《永夜星河》对打，赵露思虞书欣争95花第一

《珠帘玉幕》《永夜星河》同期开播后，赵露思和虞书欣的“对打”点燃了社交平台。角色表现、剧情题材、宣传力度相关话题轮番登上热搜。

曾经几乎同一时间、同样凭借CP红利跃升头部。如今顶峰相见，两位95花谁能真正当得起“95花第一”？

正面PK
谁更胜一筹？

同为古装大女主、95花新作，《珠帘玉幕》和《永夜星河》正在经历全方位的比较。

各项数据、榜单排名，双方打得有来有回。自11月1日开播后，《珠帘玉幕》拿下猫眼剧集热度第一、Vlinkage网剧播放指数第一，《永夜星河》则登顶过德塔文电视剧景气指数、云合连续剧热播榜第一。

如果仅按照最近一天的数据，具体的成绩是《永夜星河》斩获云合数据、德塔文指数、猫眼热度榜第一，《珠帘玉幕》在Vlinkage网剧播放指数第一拿下第一。

而根据11月4日新鲜出炉的云合数据，《永夜星河》占比17.3%，预估播放量在4000万左右；《珠帘玉幕》占比15.1%，预估播放量3500万。

赵露思和虞书欣的角色名，在热度榜单上也缠绵绵。酷云角色周榜热度冠军是赵露思饰演的端午/苏暮遮，Vlinkage剧集角色新媒体指数日冠则在端午/苏暮遮和凌妙妙/林虞之间反复横跳。

11月5日，《永夜星河》率先分开，打分人数从分开时的3万多一直涨到近9万，豆瓣评分定格在7.5份。《珠帘玉幕》因暂未分开，难分胜负。

不过，仅从剧情的传播效果来看，《永夜星河》更胜一筹。

《永夜星河》官抖11月3日发布的一条CP剧情向视频点赞量已经达到122万，女主和父亲的亲情线相关

卡段也获得了超百万点赞。而《珠帘玉幕》目前仅一条主演合体手势舞点赞破百万，另一条点赞量高达99万的是赵露思的潜水花絮内容。

招商方面，倒是能靠广告数量简单粗暴地分出高下。据统计，《珠帘玉幕》开播后，广告数量一直稳定在6-7个，只有第六集、第十一、十二集是6个，而《永夜星河》的网播广告数则经历了较大的起伏。从首播日的5-6个，滑落至现在的1-2个。

至于宣传力度，光看主演的“摇人”成果，《珠帘玉幕》仍能以数量取胜。开播后，赵露思疑似发动了圈内好友、网红达人，纷纷为新剧宣传，名单包括但不限于肖战、鹿晗、周也、王安宇、李维嘉、匪我思存、周雨彤、张大大、韩安冉等等。虞书欣的《永夜星河》，则有檀健次、张凌赫、奚梦瑶、金靖、全红婵、鞠婧祎、刘雨昕、杨超越等助阵。

“摇”到第三轮，双方似乎都不再满足于数量和阵容，就“摇人”开启了话题宣传。《珠帘玉幕》联动最近话题度颇高的向佐，集体玩梗，打出#全员模仿向佐#话题；《永夜星河》则主打怀旧回忆杀，#虞书欣身后是109个姊妹# #虞书欣第一个男主也来打call了#等话题。

双方气势一路高涨，以至于11月5日的微博视界大会，也被网友当成了赵露思虞书欣打擂的“分会场”。

由于二人在红毯环节，都抽到了为其他嘉宾拍东西的类似任务，网友便起哄二人互拍。#虞书欣赵露思干票大的引爆视界大会# #虞书欣赵露思互拍#先后登上热搜，热度直冲榜单第二。

可见，经历了《珠帘玉幕》和《永夜星河》的打擂，赵露思和虞书欣的名字已经紧密捆绑在了一起。无论她们自己有没有争锋之意，粉丝和网友们很长一段时间都

不会停止这种比较了。

不炒CP

还是营业有度？

代入剧情，《永夜星河》的快节奏，强设定增强了CP感，而《珠帘玉幕》碍于人设和节奏，CP感暂未发酵。

赵露思在《珠帘玉幕》中饰演采珠奴端午，前期剧情主要讲了其为改变奴隶身份多次涉险，在这过程中与生母短暂相认，为找回生母留给自己的血珠，成为男主角燕子京的奴隶。

女主主要自由、男主筹划复仇，一直到第十集，男女主的感情还未铺展开来。

相比之下，《永夜星河》这边的CP线发展更快。

影视化改变原著的设定，把女主的主线任务换成了攻略男主，加速了男女主感情的发展。因为剧中有直观的数字表示好感进度，所以他们之间CP感是具象化的。截至目前，已经播出了扯发带、互换小名等名场面。

切换至剧外，两对男女主的互动和宣传也各有看点。

值得注意的是，《珠帘玉幕》和《永夜星河》的两对男女主都是“二搭”。

从“一搭”基础来看，刘宇宁x赵露思的“皓嫣”拥有一批从S+《长歌行》积累下来的CP粉，按理说关注度更高。

只是，几年过去，两位主演都已跻身流量，自身粉丝群体足够庞大。《珠帘玉幕》官宣之初，粉丝之间就因为选角、二搭相关话题发生过摩擦。

至于虞书欣和丁禹兮“一搭”的现偶《月光变奏曲》，播出时评级并不高，打分人数更无法与大剧相比。凭借“小而美”的剧情圈了一批CP粉，豆瓣评分在7.0。

男主丁禹兮流量稍逊，虽然有代表作《传闻中的陈芊芊》，但粉丝量级

和大众知名度都不及其他三位，凸显了《永夜星河》大女主的属性。受前作《七时吉祥》影响，一直到拍摄期，关于《永夜星河》的选角仍存在“不合适”的讨论。

同样开局不利的情况下，《珠帘玉幕》的策略是线下合体，调动粉丝积极性。

开播前，主演齐聚杭州举办追剧团活动，赵露思和刘宇宁同框、跳手势舞。播出后，二人直播连麦，中途带手机过安检的片段在社交平台上的传播效果也不错。

《永夜星河》则选择先直播玩梗再线下发糖，主打联动效应。

剧方大方发酵丁禹兮和杨超越的“YESOK”梗，同时还有《永夜星河》和《月光变奏曲》的前世今生联动，取得额外的宣传效果。

总体来说，两部剧在CP向宣传配合程度上都不高，释放的拍摄期双人物料也不多。足以证明双方的宣传重点都不在CP感，或许是不希望CP相关话题上升真人。

“如果要炒，CP向的物料都会前置。我记得《星汉灿烂》当时连大婚都是前置发出来了，《珠帘玉幕》主打的是大女主经商，《永夜星河》着重宣传的是系统概念，以及大女主。”剧宣小段说。

如今，偶像剧主演配合营业已成惯例。剧集有效播出，CP营业可以与热度、口碑相互成就；剧集自身难以出圈的情况下，CP营业也常常有助推之效。

但对内娱影视行业有一定了解的观众都知道，演员拥有一定流量后，往往更重视“大男主”、“大女主”地位，对CP向宣传配合度有明显下滑。

以赵露思、虞书欣为代表的95花自身擅长物料拍摄，通常情况下能弥补官方物料的部分不足。

官抖在11月4日发布的虞书欣视角Vlog，录制了名场面扯发带的幕后花絮，让人联想到《苍兰诀》时

期发布的东方青苍哭戏花絮。而赵露思方或许是因为剧情发展的原因，还没有相关的图频物料。

总体来说，两部剧营业态度同样谨慎，《永夜星河》的花絮相对来说更为CP感加分。

CP感之外
重点是什么？

仅从初期表现来看，《永夜星河》的剧情传播和CP感占优势，《珠帘玉幕》的招商能力和“摇人”能力更胜一筹。

如果后续剧情和角色继续按如今的态势发展，《永夜星河》的CP热度或许能更进一步。就看能否保证女主的戏份、感情线的起伏和轻松欢快的剧集节奏了。

《珠帘玉幕》的CP线还未展开，后续赵露思还有重要的“经商”戏份，要完成半年内赚到300万的任务，还会揭开男主的复仇真相，在拉扯中培养感情。所以，剧情和CP线也可能逐渐发酵。

但透过剧集，更值得讨论的是演员的戏路和可能性。

作为95花的第一梯队，赵露思和虞书欣的成长路径相似。2022年7月，吴磊、赵露思主演的《星汉灿烂》播出，在暑期档口碑一路发酵，最后定格在59万人打出的7.7分。

时隔一月，虞书欣、王鹤棣主演的《苍兰诀》上线，对上了《星汉灿烂》的下部《月升沧海》，并以76万人、8.2分的成绩取得了口碑上的优势。

“吴露可逃”、“棣欣引力”圈粉无数，95后年轻主演们的扛剧能力也因此受到认可，成为CP红利受益者。

她们的成功，打破了此前业内迷信的大IP+大流量，为新生代流量提供了新的晋升方案：古偶+新面孔+CP感=剧集出圈。

2023年播出的《宁安如梦》《云之羽》等，都在一定程度上验证了这个公式的正确性。