

中国电影新票房冠军诞生

《战狼2》干掉《美人鱼》

昨天是《战狼2》上映的第13天，截至8月7日零点，《战狼2》票房达到34亿元，成为中国影史最快过30亿元的影片，同时也打破了中国电影票房总冠军《美人鱼》的33.74亿元纪录。有媒体数据中心根据历史电影票房榜数据库进行预测，预计《战狼2》最终总票房约为54.28亿元。



《战狼2》剧照

A 在商业和主旋律之间找平衡

票房突破30亿，《战狼2》在这个暑期档点燃了整个影市，从第一部《战狼》开始，吴京就想要打造中国的超级英雄，也正在向这个目标努力。而在这个过程中，是家人的支持，才让他没有后顾之忧，拼尽全力拍片。《战狼2》是一部商业和主旋律兼顾的电影。一方面，各种打斗、爆炸场面看得人肾上腺素狂飙；另一方面，故事本身又能唤起人们内心的爱国主义热情。观众看《战狼2》，同时得到了视觉和心灵上的震撼，可以说是一次性满足了两个愿望。

中国电影评论学会会长饶曙光认为，

影片有很多建立在叙述基础上的“情感点”，如冷锋为亲密战友的家人出头而痛打强拆队头头；为救干儿子的母亲不惜再次深入虎穴；特别是冷锋对妇女儿童的大爱情怀……所有这一切都使得观众在情感、价值层面完全认同冷锋，甚至能做到“想象中参与”。《战狼2》的整个故事具有感染力，在于和观众产生了紧密联系，比如援救侨民就有现实的背景。制片人张苗告诉记者，这部电影的票房走势打破了我们熟悉的常规增长曲线，“已经从一部单纯的电影成为文化热点和社会热点，它的成功也是中国强国之梦的胜利。”

B 阳刚之气让男影迷踊跃观影

《战狼2》从头到尾都充满阳刚之气的硬汉气概，中国的男性观众为该片贡献了最大的票房。作为《战狼2》独家线上发行平台，淘票票数据显示，这部电影的观众以男性为主，约占三分之二，年龄段以20岁到29岁为主，占到六成以上。

有位网友在微博发表长文，称自己作为一个2011年利比亚撤侨的亲历者，看完《战狼2》和建军90周年阅兵之后，感触颇深：“从2011年到现在六年了，中国又进步了很多，国防力量更强大。现在还在海外的各位，应该更加自信，安

全感更强了吧！”当天这篇文章也被大量转发、点赞。片中的故事与每个人休戚相关，怎么可能不引发观众的热情呢？

《战狼2》上映后，制片人张苗在电影院感受到了观众们的热情，这也是北京文化当初看好这部影片的原因：“我们是真切地感到中国需要英雄，观众也需要在大银幕上看到更多的‘中国英雄’。中国历史上英雄辈出，我们这个时代也有很多英雄，而吴京就成功塑造了一个中国军人的光辉形象。英雄就是一种责任，也是一种担当。”

C 爱国主义情怀激发观众共鸣

《战狼2》的故事背景是在非洲，吴京曾经谈到自己在非洲拍摄该片的初衷：“近几年中国在海外遇到了很多的事情，尤其我们的侨民，几次撤侨事件，几次中国人在海外被枪杀、被抢劫的事件，我觉得应该让中国士兵的精神走出国门了，所以选择了非洲。”“犯我中华者，虽远必诛”这是《战狼2》中的经典台词。表面上，《战狼2》好像是男主角冷锋的个人魅力秀，但电影时刻在强调一点：强大的祖国才是冷锋的后盾。电影最后，冷锋举着五星红旗，带领同胞安全通过沦陷区的场面，让观众看得热血沸腾、热泪盈眶，这也是观众愿意到影院观看影片的一个原因。

《战狼2》上映前后，作为影片导演和主演的吴京一直在全国各地路演。据悉，吴京一共走了30个城市进行路演，这个规模和强度已经超过了之前的《战狼》。“其实吴京从这电影开始筹拍到现在，睡眠一直很少，他是一个对电影相当执着和坚持的人。”

梳理吴京在《战狼2》路演以来接受的采访，其实你会发现吴京不仅会打，还很会说——关于电影、关于票房、关于计划他都有不少金句。“中国的观众憋得太久，我们太需要在银幕上看到一个中国的超级英雄了，我只是恰好点燃了观众的爱国热情。”吴京说。

延伸阅读

吴京一“战”成豪 可获10亿票房分成

4小时破亿，25小时破3亿，3天破6亿……此前周星驰执导《美人鱼》创造了92小时破10亿的票房纪录，吴京把这一速度缩短到了85小时。在《战狼2》的投资中，吴京个人投资了8000万元，而上映一周多来，吴京及旗下公司登峰国际可分到超10亿元的票房收入。

“保底我还没有赚到钱，因为这部电影超支严重，《战狼2》从8000万预算超支到2亿元，超支比较严重。”身兼《战狼2》导演与主演于一身的吴京曾感叹影片拍摄时远远超过预算，但随着《战狼2》的热映，巨大的财富效应开始显现，吴京跻身暴富行列。

2016年8月，早在《战狼2》还未制作完成时，北京文化和聚合影联两家公司联合宣布为吴京的这部电影新作保底，保底价格为8亿元。根据当时签订的保底分账规则，当总票房收入高于15亿时，超出部分分成比例为15%（其中北京文化8.25%，聚合影联6.75%）；其余归吴京的公司登峰国际。如若票房能达到20亿以上，保底方北京文化和影联还是只占收益的小头，可额外获得不少于7000多万元的票房分成收入，而吴京的登峰国际作为最主要的出品方，将占据大部分收益。

随着《战狼2》票房突破30亿元，吴京的登峰国际成了大赢家，保守估算可获得超10亿元的票房分成收入。公开资料显示，登峰国际成立于2008年，注册资本300万，公司实际控制人正是吴京。

晚综

文娱快报

《了不起的孩子》获人民日报官微点赞



苏嘉琪(左)在节目现场

江苏卫视《了不起的孩子》又创佳绩，勇夺同时段第一。节目中一个名叫苏嘉琪的小姑娘轻描淡写地进行了一次曾经出现在《最强大脑》中的雷达点阵图挑战，在5000个雷达目标中找到消失的那一个。

看过《最强大脑》的朋友应该都对郑才干的这一挑战记忆犹新，这种记忆力和动态视力的考验，对普通人来说几乎是不可能的任务。而当苏嘉琪小朋友成功完成挑战甚至克服诸多困难的时候，全场为之震惊。人民日报官微首先发布了这个小女孩的视频：“八岁女孩3D眼挑战最强大脑，这才是了不起的孩子！”随后，《中国日报》《环球时报》等多达三十家的媒体纷纷发布了苏嘉琪的惊人表现，在微博上吸引了大量关注，评论更是一片赞扬。

作为《了不起的孩子》的主持人，同时也曾经是《最强大脑》的观察员的孟非则全程见证了这项挑战，也给他带来很大的触动。 据新华网

《吐槽大会》原班人马打造《脱口秀大会》



张绍刚主持《脱口秀大会》

8月8日，由《吐槽大会》原班人马打造的《脱口秀大会》在京举行媒体看片会，“吐槽铁三角”张绍刚、李诞、池子再度重聚，延续“互怼”风格。

与以往不同的是，《脱口秀大会》推行“素人机制”，深入全国选拔敢讲能说的喜剧脱口秀高手参加节目。其中，既有像《今晚80后脱口秀》常驻嘉宾思文、《奇葩说》选手“暴躁男”卡姆、因《吐槽大会》而小有名气的脱口秀新锐王建国等观众已熟悉的面孔，又有像“IT黑客”韦若琛、交大“吴亦凡”庞博等初登荧屏的新鲜血液。明星嘉宾在节目中也都有了完全不同的呈现，他们不再霸占观众的全部焦点，而是与众多高手们一起，分别加入李诞、池子率领的红绿战队进行PK，放下身段，挑战自我。首期节目倪萍和柳岩两代女神同台飙“秀”，二人时而幽默时而睿智的表演，成功颠覆大家的固有印象。

据中新网