

# 签艺影业《斩毒行动》实力派演员

产品名称	签艺影业《斩毒行动》实力派演员
公司名称	签艺文化传媒（上海）有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市华徐公路 999 号 e 通世界虹桥园北区 A 座 203 室
联系电话	16621219461 15360572316

## 产品详情

为什么流量明星，对电影票房完全不起作用了？

流量明星对电影票房的作用，越来越小，甚至，由正转负，从“票房灵药”变成“票房毒药”。

今夏暑期档的整体票房走势格局，再次印证了这一点。由“中年油腻大叔”徐峥主演的《我不是药神》，票房一骑绝尘，在竞争激烈的暑期档脱颖而出，令一众小鲜肉和一线明星“汗颜”。

其实，从去年暑期档开始，就已经显现了这个迹象，《战狼2》碾压小鲜肉云集的《建军大业》，似乎那些流量明星正在被观众抛弃。同样，今年的春节档，《唐人街探案2》和《红海行动》大卖，更多是依靠内容口碑驱动，“大IP+流量明星”的定律在实践中已失灵。

关于流量明星对票房成绩的影响，基本可以总结出这个规律：人气明星可通过前期拉动预售，依靠核心粉丝，冲到1亿票房的成绩，但是想要票房冲高，它主要取决于普通观众。事实上，粉丝们如果可以贡献1亿票房，已经非常可怕了，但一部流量明星主演的电影，如果仅仅是1亿票房，那么多半收不回本。

所以接下来的问题就是，为什么普通观众对流量明星主演的电影“不感冒”了？依靠堆砌流量明星的电影，为什么电影票房依然不高，粉丝量之和与电影票房不成比例？难不成核心粉丝也不买账了？

1、一般而言，流量明星主演的电影，基本上等同于“烂片”

一方面，流量明星的演技确实“堪忧”，演戏只会靠噱头瞪眼、咆哮怒吼，没有任何层次，久而久之就形成了一个刻板印象，流量明星出演=烂片。再加上，流量明星配合度并不高，正常一部电影需要\*少三到六个月的拍摄周期，但很多流量明星甚至只会停留一周左右便抽身离开，档期太满。

另一方面，流量明星的“天价”片酬，已经严重影响到了剧本打磨和影片制作的费用。以至于观看这些

片子，只能欣赏流量明星的“颜值”。对于非粉丝群体的观众，漏洞百出的故事情节、五毛钱的\*\*，可以说“令人发指”。

## 2、普通观众的热情已被消耗完毕，审美逐渐提高

过去几年，充斥着流量明星的电影，拉低了电影应有的观赏度，消耗了观众的热情和观影欲望。

现在，虽然说中国电影观众在择影上依然算不上完全成熟，但是，已逐渐回归理性。毕竟经过过去几年“烂片的扫荡”，已经建立起基本的认知：在观影前更注重影片的口碑和品质，而不只是冲着有哪些流量明星和宣传噱头，为烂片买单的人将越来越少。

## 3、更甚的是，一批观众认为，因为有流量明星所以不看

一部电影有流量明星的参与，不是加分项，甚至可能是减分项。很多人已经对流量明星们存在偏见，看到他们的名字都会退避三舍。

被问到为什么没看《动物世界》时，很多观众给出的答案是一致的：除了撞上神片《我不是药神》，片名取得不好以外，还有一个原因——是李易峰演的。路人在看《动物世界》前的预期：“看这种流量小生的电影就是浪费钱”。

## 4、电影与电视剧的逻辑不一样，需要付出“真金白银”

不得不承认，电视剧还是挺看重流量明星的，因为流量的确可以转化为点击率。对于路人而言，电视剧免费，消费门槛很低，还能边吐槽，边追剧，跟得上热点话题。

但是，电影不一样，电影票本身需要花费“真金白银”，再加上到电影院的路程以及浪费的时间，如果体验不好，造成的负面影响和情绪反弹，会非常之明显。

## 5、还有一点，流量明星的真实粉丝数据，有待考证

我们经常看到，流量明星发一条微博，转发量动辄数十万上百万，这也让不少电影制片方认为，流量明星的粉丝力真有这么强。几个主演的粉丝，只要有十分之一的观影转化率，票房就能有亿级的保障。

但其实，流量明星的粉丝量和转发数据，很大一部分是花钱让水\*\*的。某权威数据平台曾发布了一份“\*敬业水军榜”，该榜单统计了单位时间内明星“水军”贡献的平台声量占比。结果表明，上榜明星大多是靠着平均不足5%的“水军”，创造了95%左右的社交平台声量。

粉丝可以反复去转发微博、每日打卡、制造流量，但对于反复去看同一部电影，不管在财力、精力还是体验上，都不大容易实现。近期签艺文化传媒(上海)有限公司出品的斩毒行动电影，由李幼斌老师、张光北老师等领衔主演，实力派演员撞上火热的爱国主旋律缉毒题材，相信票房也不会差的！