

《红毯先生》撤档重映5天仅收获732万元票房，教训值得深思——

电影重映不能全靠押宝档期

原本以为重映能“逆天改命”，没想到面子里子都丢光。从春节档退出的电影《红毯先生》近日重映，但观众完全不买账，不到1000万的总票房宣告了影片在市场上的彻底失败。有网友吐槽，撤档重映就像炒冷饭，质量再好观众也没了兴趣，还不如当初在春节档硬挺。



重映未能成功“改命”

“撤档一个月，归来仍被碾压。”网友这样调侃电影《红毯先生》的重映窘境。19日，根据猫眼专业版数据，该片上映5天仅收获732万元票房，这与影片由宁浩执导、刘德华主演的强大阵容形成了巨大反差。更尴尬的是，这不是《红毯先生》第一次上映。

约一个月前的农历大年初一，该片与《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》等8部影片一起亮相2024年春节档。由于票房太低，2月16日，《红毯先生》宣布退出春节档。因为还有《我们一起摇太阳》等3部影片也先

后宣布退出春节档，“撤档”成为年初电影市场的热词。

3月4日，《红毯先生》宣布重新定档3月15日上映。然而这次重映，并未成功“改命”。半路杀出来的“程咬金”——《周处除三害》惊艳了观众与业内，称霸了整个3月档期。好莱坞科幻大片《沙丘2》也凭借不俗口碑获得不错票房。而且，春节档余温仍在。翻看猫眼专业版的票房数据，《红毯先生》仍被《第二十条》《飞驰人生2》《热辣滚烫》等“老朋友”牢牢压制，和一个月前并无什么区别。有网友调侃，《红毯先生》相当于“重映了个寂寞”。

用舞台艺术触动心灵

诗意现实主义话剧《皮囊》将上演

本报讯(记者 王劲凯)由王婷婷执导，改编自蔡崇达同名原著，张铭恩、马闻远领衔主演的诗意现实主义话剧《皮囊》将于3月31日、4月1日在内蒙古乌兰恰特剧院上演。该剧以深刻的文化内涵、独特的戏剧语言和丰富的舞台形态，将为青城观众带来一场视觉与心灵的双重盛宴，同时也引发了观众们对成长、家庭、故乡等主题的深入思考。

《皮囊》作为蔡崇达唯一出版的作品集，在7年多的时间里，销量突破400万册，成为备受瞩目的畅销力作。话剧《皮囊》精选了原著中最具共鸣的“盖房子”核心事件作为主线，生动展示了福建渔业小镇的风土人情和时代变迁。全剧分为上下两场，上半场聚焦于主人公黑狗达及其伙伴们对远离家乡

的渴望和对外面世界的向往；下半场则着重描绘了黑狗达在取得初步成功后回归故乡的过程，以及他面临的亲人生老病死、理想与现实的落差、故乡与远方的抉择等一系列“成长命题”，最终实现了与亲人、故乡的和解。

话剧《皮囊》挑战双卡司阵容，由青年演员张铭恩和马闻远共同担纲主演，分别饰演主人公黑狗达。其他演员阵容同样令人瞩目。章澍作为本剧的作曲及音效设计，不仅创作了多首富有闽南特色的原创歌曲，还搭档著名歌手孙伯纶(在剧中饰演黑狗达的叔叔)，展现了乐手与演员的双重才华。王旭峰与苏丽饰演的黑狗达父母犹如全剧的定海神针，无论是父亲从意气风发到中风瘫痪的强烈反差，还是母亲那股子执拗的倔劲，

“一鼓作气，再而衰，三而竭”

影评人朱擎天用“一鼓作气，再而衰，三而竭”来概括《红毯先生》频繁改档给票房带来的负面影响。

早在去年10月13日，影片便早早定下了最初档期——11月17日。作为主创宁浩与刘德华继2006年《疯狂的石头》结缘后的首次合作，影片当时收获了不少关注度。但没想到，片方很快在11月8日宣布进军春节档。“《红毯先生》先后确定的三个档期，最先定的11月17日应该是最合适的。因为当时这部电影新鲜感最足，而且11月整个大盘虽然冷清，但竞争压力也比较小，宁浩加刘德华的组合摆在那里，肯定是目标最大的重点影片。从年末到春节档之间有一个漫长的空窗期，给了影片口碑发酵与宣传很大的空间。”朱擎天说，该片这次重映，基本处于“裸宣”状态，既没有发布多少新物料，也没有额外营销什么话题，在这样的情况下，想取得好票房无异于痴人说梦。3月15日，尽管全国影院经理给足了《红毯先生》面子，11.6%的排片不算少，然而1.3%的上座率却让人跌破眼镜，甚至还不如影片2月17日撤档那天。

从影片品质看，《红毯先生》保持了宁浩的创作水准，但影片偏文艺的风格与春节档合家欢观影的调性不符，重映则丧失了新鲜感。影评人崔汀坦言，宁浩在这部作品中把镜头对准影视行业，虽然还是延续他拿手的喜剧，但属于冷幽默、慢热类型。“今年春节档都是喜剧，其他作品很热闹，《红毯先生》比较冷。撤档后重映，观众又有了很多新选择，比如《周处除三害》《功夫熊猫4》，相比之下，大家会有种《红毯先生》已经上了很长时间的感

觉。”在他看来，电影越来越讲“快”，不光影片的节奏要快，要能在开场后迅速抓住观众，整个行业消费的节奏也很快，观众都想看最新上的内容，《红毯先生》这两点都处于劣势。

影片重映要重新包装

三次定档，狼狈收场，《红毯先生》带来的教训值得业内深思。

电影产业专家蒋勇直言，该片反复调档、上映后撤档，是对契约精神的违反，扰乱了正常的市场秩序。“电影市场就是要抢观众，《红毯先生》春节档竞争不过别人，直面失败也没什么，宁浩还有好多其他项目。撤档重映，说难听点就是跑路了，而且是4部电影集体跑路，说上就上，说撤就撤，以后谁敢相信你？”

《红毯先生》在春节档前后已经花了大量成本去做发行和营销，重映时不光肉眼可见地没钱再投入，就算想做，一部影片能挖掘的营销点也早在上次上映时就被消耗殆尽，观众早把这部作品当成“过去式”了。蒋勇建议，主管部门和行业协会应当对这类撤档行为做出规范，起到监管作用。

影评人曾念群表示，当档期选择错误时，有些影片撤档是无奈之举，情有可原，但像今年春节档“半壁江山”撤走，就得谨慎对待。即便重映，也不能把“宝”全押在新档期上，而是要重新排兵布阵，在营销上做出创新。“《红毯先生》重映，只是改了个日期重新上，其他别的都没做，就算排片还不错，市场也根本不认。”他建议，重映影片要重新包装，采取新的策略吸引观众，破除“二手货”的旧印象。

(据《北京日报》袁云儿)



都为观众带来了深刻的感动。年轻一代演员也展现出了属于他们的意气风发。

此外，值得一提的是，《皮囊》的舞台设计、音乐和多媒体应用均颇

具创意。舞台上的布景、灯光设计富有层次感，将故事背后细腻的情感变化和深刻的成长命题展现得淋漓尽致。这些科技元素的运用，使得剧情更加生动、真实和感人。