

30多部影片与观众重逢 市场冷热不均

老片重映不能光打情怀牌

本报综合消息 好莱坞重金打造的新片《小丑2:双重妄想》,居然没“打”过一个22年的老IP。最近“哈利·波特”系列电影重映,意外收获高票房,并引发网友怀旧浪潮。

据不完全统计,今年累计重映(含已定档)的影片已达到30多部。老片重映虽不是新鲜事,但像今年这么集中爆发的,还是头一回,因此2024年也被网友调侃为“重映元年”。对此,业内分析,重映要想获得市场青睐,不能仅靠情怀加持,片源品质和宣发营销都得翻出新花样。

■“哈利·波特”表现远超“小丑”

随着《海德薇变奏曲》的响起,无数“哈迷”在影院重返童年的霍格沃茨魔法学校。从10月25日开始,风靡全球的“哈利·波特”系列8部电影在中国内地启动重映,每周上线一部,直至11月29日《哈利·波特与死亡圣器(下)》。其中,最早的《哈利·波特与魔法石》上映于2002年,距今已有22年。

“哈利·波特”系列的重映,迅速在互联网上引发热烈反响。对许多看着原著长大的80后、90后粉丝来说,这次重映让他们有机会重温童年记忆;而对那些没赶上当年电影第一波上映的00后“哈迷”来说,他们终于有机会在影院里“补课”了。

截至11月4日,已经重映的《哈利·波特与魔法石》《哈利·波特与密室》《哈利·波特与阿兹卡班的囚徒》《哈利·波特与火焰杯》均取得了令人惊喜的票房成绩,位居在映影片票房前列,4部作品重映的总票房突破1.85亿元。这一系列取得的超预期市场反响,甚至远远超过了同期上映的好莱坞大片《小丑2:双重妄想》。

今年11月,即将与观众重逢的老片除了“哈利·波特”,还有《这个杀手不太冷》《海上钢琴师》《爱情神话》等。

■部分重映影片沦为炮灰

“一部经典影片的重映已经不够了,需要更多的经典老片来激活市场。”影评人井润成直言,导致“重映元年”的根本原因是目前电影市场新片供应短缺、生产能力不足。“重映经典老片,可以补足市场供给,提振市场。像哈利·波特系列、《泰坦尼克号》这样的经典影片,是被市场检验过的成功项目,重映的宣发成本低,口碑和舆情风险小,因此会受到业内青睐。”

不过,并不是所有重映影片都能获得票房成功。有的影片首次上映时便没什么火花,期待重映能扳回一城,可能性就更小了。有的影片距离上次上映时间间隔太短,观众缺乏再看一次的兴趣,比如动画电影《灌篮高手》去年刚刚拿下6.6亿元票房,时隔一年又来上映,结果仅收获300多万元,被观众骂“吃相难看”。还有的影片重映不是奔着票房,而是与系列新作的上映搞联动宣传,比如《沙丘2》上映时重映第一部《沙丘》,《白蛇:浮生》上映时重映第一部《白蛇:缘起》等。从今年的票房数据看,大多数重映影片的票房并不高,至少15部电影的重映票房不足100万,沦为炮灰。

■老片重映要有新花样

老片重映,绝不能仅靠情怀加持,需要更科学、成熟的运营。

“重映的资格应该尽可能给那些



更优质、经得起时间检验的影片,如果都是些一般的作品甚至烂片重映,会给市场带来一种负面印象。”电影市场分析师朱擎天建议,主管部门或相关机构可以去动员那些拥有优质经典电影的公司精选电影提报重映,比如最近有不少网友呼吁打包重映“蜘蛛侠”“指环王”等经典IP。

哪些影片重映更有可能获得成功?从以往经验看,首先需要质量过硬且受众庞大。比如卡梅隆的《泰坦尼克号》《阿凡达》都分别在内地上映过3次,后两次重映依旧效果惊人,充分说明了经典影片的巨大票房号召力,两部影片堪称内地市场最成功的重映案例。

另外,老片重映要尽可能有新花样,在影片内容或放映制式上带给观众不一样的体验。王家卫的《一代宗师》在首次上映两年后推出《一代宗师(终极版)》,不仅经过重新剪辑调整,还推出了3D版,最终收获6300



万元票房,创下当时国产片重映票房纪录。今年9月重映的《流浪地球2》虽然去年刚上映过,但因为是3D重制版,依然获得了超过1400万元的票房。

“重映影片可以在购票平台上开设重映专区,设计专门的营销活动、电影周边、优惠政策来刺激市场。”朱擎天说,比如今年“哈利·波特”上映期间就有大量丰富的周边产品上线,还有影院计划推出一口气连看8部的“马拉松”观影活动。

当然,一个健康活跃的市场不能仅仅依靠重映影片。影院研究专家刘建新直言,老片重映集中爆发,是当下市场新片普遍乏力带来的结果之一,目前上映新片虽然数量众多,但在口碑上仍然无法满足观众需求,这警醒从业者要保证电影生产创作的质量。“在线视听娱乐日益发达的当下,电影市场更需要能带来观影人次和票房的新片,不能太依赖老片重映。”

首部“珠宝经商公路片”聚焦小人物创业逆袭

《珠帘玉幕》:展现中国古代商贸文化

本报综合消息 古装传奇剧《珠帘玉幕》日前在优酷上线。作为首部中国古代“珠宝经商公路片”,该剧开播首日就是2024年优酷剧集开播首日热度值TOP1。开播2天后,该剧在优酷站内热度破万,成2024年优酷热度值最快破万剧集。

《珠帘玉幕》讲述了女主角端午凭借自己的智慧和努力,从采珠奴成长为一代成功女商人的传奇故事,在展现小人物创业逆袭,女性力量的同时,更聚焦丝绸之路之上珠宝贸易辉煌篇章,一幅中国古代商贸绚丽多彩的历史画卷铺陈开来。

《珠帘玉幕》以其独特的叙事手法,被定义为古装剧中的首部“珠宝经商公路片”。

剧集以女主角端午的传奇创业经历为线索,从广西合浦这一海上丝绸之路的重要起点出发,经过广东广州,直至陆上丝绸之路的关键节点河西走廊,足迹遍布中国古代丝绸之路的精髓之地。这一路,不仅是地图上的迁徙,更是商贸文化、民族风情与历史故事深度交融的展现。

随着端午在古丝绸之路上的每一步前行,剧集如同一位经验丰富的向导,引领观众逐一揭开那些古老商道上的秘密与

辉煌。每一站点的停留,都是一次商贸探险的开启,无论是繁华的市集交易,还是艰难的跨海运输,都生动展现了古代商人的智慧与勇气,以及丝绸之路作为文明交流桥梁的重要作用。可以说,《珠帘玉幕》借用讲故事的方式拓展着观众对历史的认知,更让年轻一代对中国古代商贸文化有了直观而深入的认识。

《珠帘玉幕》的另一个亮点,是其对隋唐时期珠宝文化的精心呈现。

从简约典雅的白珠宝,到色彩斑斓的彩色珠宝,从传统的平雕工艺到精致的圆雕技艺,剧集如同一部珠宝艺术的编年史,细腻描绘了隋唐时期珠宝文化的变迁与繁荣。剧中,金银宝瓶、金包银禅杖、琉璃锁等珍稀珠宝接连亮相,每一件都蕴含着深厚的历史底蕴与文化内涵。

为了实现珠宝的真实呈现,剧组参考了大量考古资料,如李静训墓出土的文物、何家村窖藏的发现,以及《中国古代首饰史》等学术著作,力求每一件珠宝都能在名称与样式上做到细节精准复刻。此外,美国汉学家薛爱华的《撒马尔罕的金桃:唐代舶来品研究》也为剧集提供了宝贵的参考,书中对唐代外来珠宝的详细考证,为剧中珠宝的设计提供了坚实的学术支撑,使得整部剧的



珠宝展示既华丽又不失真实。

除了对中国古代商贸文化和珠宝文明的呈现,《珠帘玉幕》还透过女主角端午逆境翻盘的经商历程关照现实,引发观众共鸣。

端午,一个出身底层却心怀壮志的女性角色,她的成长之路充满了挑战与不屈,从采珠奴开始,一路创业,逆袭为成功女商人的蜕变,不仅是个人奋斗的胜利,更是对女性力量的颂扬。在这个过程中,剧集没有回避社会底层的艰辛与不公,而是通过端午

的故事,传递出平凡人不向命运低头,勇于追求自我价值的积极精神。

与众多古偶剧中常见的架空背景或贵族设定不同,《珠帘玉幕》选择了唐朝作为时代背景,这不仅让珠宝的展示更加贴近历史真实,也让剧集的商业元素、文化交流以及丝绸之路的展示拥有了更为坚实的现实基础。端午的形象,亦是对当代女性自我实现与社会参与的强烈共鸣。端午的故事,照亮了角落里默默奋斗的平凡者,给予她们勇气与希望。