

# 要么“过节” 要么“渡劫”

## 春节档还是挣钱的好档期吗？

如果要用一个词来形容今年春节档的表现，无疑是“魔幻”。

一边是80.16亿元创纪录的票房成绩(2024年2月10日至17日)，一边是4部电影先后撤档。很多从业者开始思考：春节档还是挣钱的好档期吗？

### 撤档是上策吗？

提前看完《红毯先生》后，不少媒体和院线方都达成了一致共识：电影好看但有门槛，没有爆笑梗，更多是冷峻的讽刺，不是很适合合家欢的春节档。

果然，上映6天后，《红毯先生》宣布撤档，表示“期待能在更恰当的时间，遇到愿意和我们共同完成这部作品的你”。事实上，这已是该片第二次更换档期，原本定的上映日期是2023年11月17日。

除了《红毯先生》，《我们一起摇太阳》《黄貔：天降财神猫》《八戒之天蓬下界》也都先后撤档。

今年春节档总共才8部电影，一下

退出4部，有网友调侃：真是撤档元年！

记者注意到，《红毯先生》的出品方欢喜传媒在2023年半年报中曾披露，该片摄制经费总额为2.6亿元，其中宁浩的导演费为3000万港元，包含在总摄制费用内。考虑到营销费用等后续费用以及院线票房分成，《红毯先生》的票房离实现回本相差甚远。

讽刺的是，某票务平台给《红毯先生》显示的高光时刻是用时6天票房突破8000万元。同样的时间，贾玲的《热辣滚烫》票房已经26亿元。

相比之下，《我们一起摇太阳》《黄貔：天降财神猫》《八戒之天蓬下界》票

房更加惨淡。

“劳民伤财。”一位资深电影宣发方负责人在接受记者采访时直言，这样以来等于前期的宣传全部白费，包括路演以及前期广告的投放，而且等再次上映预估票房也不一定好。“普通观众原本是知道这部影片的，但并不关注它撤不撤档，一看没有了也就不再看了。”这位负责人说。

去年春节档，《中国乒乓之绝地反击》也有过相同境遇，春节档上映遇冷后，宣布“宣发工作存在重大失误”推迟一个月上映，一个月后票房最终定格在了1亿元，并未实现“绝地反击”。

### 必须要好笑吗？

很长一段时间，春节档都是各个片方必争的档期。

经过今年春节档后，这个观点开始被改观，毕竟要么“过节”，要么“渡劫”。

从大数据来看，“好不好笑”是在春节档吸引观众买票的一大因素。

雷佳音在出席活动时透露，张艺谋

拍《第二十条》时会统计笑点，得出的结论是笑点比《满江红》多；明明是悲情题材的《我们一起摇太阳》，则在宣发上营销搞笑；从一开始就在营销上主打搞笑幽默的《红毯先生》，其实是披着“喜剧大片”的导演风格强烈的艺术电影。

“合家欢春节档已经是大众广泛观

影的新民俗，《红毯先生》观看门槛太高，很多观众是没法理解导演的艺术观念的。”中央文化和旅游管理干部学院副研究员孙佳山告诉记者，搞笑与否其实并非一部电影是否卖座的唯一标准，片方选择具体档期时，还是需要考虑影片内容与档期的属性是否匹配。

### 春节档还是好档期吗？

显然，还是。

在每年的各大档期中，春节档和国庆档是最被看重的，毕竟没有暑期档那么长，相比端午、清明等，又会多出几天全民假日。

虽然春节档有自带的氛围属性，但是记者查阅了近3年的对比：2021年春节档票房78.43亿元，国庆档票房43.89亿元；2022年春节档票房60.4亿元，国庆档票房14.99亿元；2023年春节档票房67.66亿元，国庆档票房27.36亿元。

可以看到，春节档电影市场的消费力还是遥遥领先的。孙佳山指出，看电

影过大年，春节档已经成为当代春节的新年俗。

任何档期都有二八定律，片方如果想避免成为炮灰，需要在定档前多了解观众的需求和档期的特质。毕竟市场是残酷的，春节档虽好，可不要侥幸哦。 张曦

由宁浩执导的《红毯先生》，已经两次更换档期。

## 人类首部太空实拍电影《挑战》有望登陆内地银幕



全球首部太空实景拍摄电影《挑战》有望登陆内地大银幕。影片由俄罗斯导演克里姆·希彭科执导，俄罗斯总统普京曾在“劳动英雄”奖章及科技、文学和艺术领域国家奖章的颁奖仪式上为这部电影点赞，称这部电影是“全球电影业的一项突破”。

莫斯科时间2021年10月5日11时55分，俄罗斯“联盟-2.1a”运载火箭从位于哈萨克斯坦境内的拜科努尔航天发射场点火升空，将载有一名宇航员和两名电影工作者的飞船送往国际空间站。这两名电影工作者是导演克里姆·希彭科和女主演尤利娅·佩列西尔德。

这是电影史上首次有专业演员在太空拍片。两人像真正的航天员一样接受了长达6个月的训练，训练项目包括离心机训练、零重力条件下的飞行测试和降落伞训练。

电影《挑战》中，观众将跟随女主角尤利娅·佩列西尔德饰演的勇敢医生，在浩瀚无垠的太空中展开一场生死竞速。

克里姆·希彭科和尤利娅·佩列西尔德在空间站停留了12天，拍摄了30多个小时的影视资料。在返回地球时，尤利娅·佩列西尔德还向俄罗斯媒体表示自己对离开国际空间站感到“难过”：“12天似乎很长，但当一切都结束时，我不想离开，这是与这个令人难以置信的空间一次短暂的爱情约会。”

《挑战》日前发布的高清剧照中，有导演在太空亲手拍摄的照片，比真实的太空纪录片还要震撼。照片生动捕捉导演及剧组成员在宇宙中的非凡时刻，这些珍贵镜头犹如让观众置身于浩渺星辰之中，跟随剧组一起进行了一场无声的太空漫步，体验着前所未有的沉浸式视角，见证着宇宙的神秘深邃。 肖扬

### 殷墟博物馆新馆开馆



参观者在殷墟博物馆新馆内观看展品“亚长”牛尊。 新华社发

据新华社电 位于河南安阳的殷墟博物馆新馆26日正式开馆，这是首个全景式展现商文明的国家重大专题博物馆。

殷墟是我国历史上第一个有文献可考、为考古发掘和甲骨文所证实的商代晚期都城遗址。殷墟博物馆新馆展厅面积约2.2万平方米，展出青铜器、陶器、玉器、甲骨等文物近4000件套。展陈文物数量之多、类型之全，都是商代文物展览之最。其中，四分之三以上的珍贵文物首次亮相，一系列考古新成果首次展示。

聚焦“伟大的商文明”这一主题，展览设有3个基本陈列、4个专题展览和1个特色沉浸式数字展，从商代史、甲骨学、考古史、商文明的世界传播等多个角度，阐释商代繁盛的城市文明、完善的礼乐文明、发达的青铜文明、灿烂的文字文明以及高超的手工业技术等，呈现商文明对中华文明乃至人类文明发展的重要地位和作用。

原殷墟博物馆建于2005年，展厅面积1500平方米。随着殷墟考古成果不断丰富，原馆难以满足保护展示需要。2020年11月，殷墟博物馆新馆开工奠基。

### 我国网文用户超5亿

2023年网络文学阅读市场规模	404.3亿元，同比增长3.8%
2023年网络文学IP市场规模	2605亿元，同比增长近百亿元
网络文学作者规模达	2405万，新增作者225万
网文作品数量达	3620万部，新增作品420万部
网文用户数量达	5.37亿，同比增长9%

数据来源于第三方数据机构极光大数据

记者从中国社科院了解到，中国互联网络信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年6月，我国网民规模达10.79亿人，较2022年12月增长1109万人，互联网普及率达76.4%。其中，网络文学用户规模达到5.37亿人，创下历史最高纪录，网络文学的社会影响力持续增强。

网络文学市场规模达404.3亿元，同比增长3.8%，网络文学IP市场规模大幅跃升至2605亿元，同比增长近百亿元；作家、作品、读者数量呈稳健增长态势，作者规模达2405万，新增作者225万；作品数量达3620万部，新增作品420万部；用户数量达5.37亿，同比增长9%。

网络文学融入非遗、国风元素，拥抱中华优秀传统文化；现实题材创作年增速超20%，新增读者“00后”占比过半。 据央视新闻