

《戴假发的人》：

荒诞故事串起“双面”人生

□本报记者 齐雅文

11月16日全国上映的电影《戴假发的人》，此前每放出一版预告，总能吸引人们的眼光并引发疑问。影片中的父子关系为何如此紧张？孟中究竟有着怎样的过往？那顶假发背后究竟有着怎样的故事？重重疑问为影片蒙上厚厚的悬疑色彩。

电影《戴假发的人》由董越编剧、导演，黄晓明、王影璐领衔主演，李丛喜、黄璐主演。这部影片和董越导演的首部长篇电影《暴雪将至》一样以犯罪类型为切口，揭示人性的复杂。

真实故事改编激发情感共鸣

电影《戴假发的人》的故事是新颖有趣的，影片聚焦受困于家庭出身的孟中，他经历多次法考失利的坎坷，苦苦寻出路无望，心底藏着对成功的渴求，也藏着隐秘的家庭创伤。一次意外的碰撞点燃罪恶，从此善恶交锋，他的内心再无平息。多年后功成名就的他，选择做公益律师帮助弱势群体，借此寻求内心的安慰。电影通过孟中这一角色，展现人性的复杂纠结。

影片中，黄晓明饰演的主人公孟中成长于底层家庭，父亲将振兴家族的重任寄托在孟中身上，他后来所面对的人生选择并非全部出于本心，而是大半来源于父亲的期望。在这种环境中长大的孟中有一种天然的“敏感多疑”及“纠结不安”的复杂性格。

身处当下的社会，每个人都或多或少地受到他人潜移默化的影响，每个人的身上都或多或少地有孟中的影子。电影《戴假发的人》改编自真实故事，董越告诉《中国新闻出版广电报》记者，故事源于自己一位朋友的真实经历，唤醒了自己某些青春挣扎的记忆。“上世纪90年代末的年轻人，未来可选择的路有限，努力考试、多次考试是很多人的真实写照，内心充满了焦虑和迷茫，影片中的孟中也是如此。”

影片中，戴假发的人究竟是死是活？究竟是不是自己的过错？这成为了孟中的心魔。四次法考上岸的孟中成为一名公益律师，熟读法律条文，为底层群体的权益四处奔走。这样的身份设定，让更多观众对于“一念两面，善恶共存”“作恶亦行善，救人也杀人”有了更多思考。董越表示，公益律师的身份设定，让孟中的负罪感更加强烈，明显的对比也让影片整体有了更多的戏剧冲突和探讨空间。

电影从片名开始便吊足了观众的胃口。董越认为，影片中的假发是很有代表性的，“假发是中年男人用来掩盖‘自我缺陷’的一种手段，一种想继续驻留在‘青春’的想象，充满着中年焦虑的意味。”董越对为何选择假发作为影片的“麦格芬”有着自己的思考。

复杂性格塑造扩充探讨空间

影片在悬疑犯罪的类型中融入了很多当下比较热门的社会议题。董越表示，影片中展现的很多议题其实是“烟雾弹”，最终目的都是为了将家庭出身对个人的重要性体现出来。

影片中，在上世纪90年代，没有家底、没有妻儿、没有工作的“三无”青年孟中试图依靠考试逆天改命。面对社会的羞辱忽视、原生家庭的残酷创伤，孟中始终沉默忍耐，直到三度法考落榜的现实终于让他彻底爆发。电影在悬疑、犯罪、背叛、欺骗的外衣之下，探寻人在面对真实内心时的挣扎，讨论人性的复杂，同时也成功将“底层人物向上生长的艰辛”这个深层议题展现在观众面前，“一生挣扎上岸的当代青年”这个在时下具有普遍性的话题也在这个故事中进行了艺术化的表达。

在谈及孟中这个角色时，董越表示，孟中这个角色对演员的内心体验要求很高，除了需要表演技巧，更多依赖生活经历和生命感受。为此黄晓明做了大量生活观察工作，在人物所处的真实环境中体验角色的内心世界。此外，董越也在选择群演、服装道具等环节精益求精，力求每一处细节都与时代背景相符。对此他表示，高质量的画面细节能够更好地表达电影主题。《戴假发的人》通过描绘一个普通人荒诞离奇的命运，探讨人性的晦涩和命运的无常。

上市公司第三季度业绩集体滑坡：

电影行业正“猫冬”待春

□本报记者 杨雯

进入11月，国内各大A股电影上市公司的第三季度财报均披露完毕。不出所料，暑期档的溃败体现在了一份份成绩单上：10家A股上市公司中，除了北京文化外，9家公司营业收入全部出现同比下滑；净利润也一样不容乐观，除了北京文化和华谊兄弟外，8家公司的净利润同比降低。只有万达电影、中国电影和上海电影三家在第三季度勉强实现盈利。

暑期档票房表现不佳自然是第三季度业绩表现低迷的重要原因。只不过，若将目光放至今年的前三季度乃至第四季度，情况也并没有什么不同。如今，整个行业都在热切地盼望着新一轮产品释放周期的到来，在此之前，如何熬过这个冬夜、建设更宽广的业绩护城河是摆在各家公司面前的现实问题。

暑期档哑火 三季度萧条

2024年前三季度全国电影总票房为346.33亿元，同比下降24%。其中，第三季度（7—9月）全国电影总票房为108.66亿元，同比下降43.76%，其中每月同比分别下降38.4%、48.1%、48.5%。

作为第三季度中最重要的档期，2024年暑期档（6—8月）表现逊色，实现总票房116.41亿元，同比下降43.6%，其间仅有7月16日上映的《抓娃娃》获得了超30亿元票房，其次是一部10亿元以上票房的影片《默杀》，而2023年同期则有多部超20亿元票房影片，30亿元票房以上有《孤注一掷》《消失的她》。

大盘的下行直接拉垮了公司的业绩。10家上市公司中，只有3家公司实现了盈利。若要细细算来，情况更为悲观——万达电影是由于投资收益的带动，才勉强实现了0.55亿元的净利润，若是扣除非经常性损益，公司的扣非净利润为-0.04亿元，实为亏损状态。

事实上，万达电影已经是第三季度特别活跃的公司。其参与出品、主控发行的《抓娃娃》取得了累计票房超33亿元的佳绩，联合出品的《解密》和参与出品的《出走的决心》也带来了不小的惊喜。但同时，由万达影视参与出品、主控发行的《白蛇：浮生》累计票

电影上市公司第三季度业绩表				
股票简称	营业收入(亿元)	营收同比增减(%)	净利润(亿元)	净利润同比增减(%)
万达电影	36.28	-18.98	0.55	-92.01
中国电影	8.93	-33.99	0.11	-89.78
横店影视	4.50	-42.39	-0.71	-157.75
博纳影业	3.19	-32.23	-2.16	-855.70
金逸影视	2.63	-44.49	-0.39	-162.21
上海电影	1.79	-30.52	0.38	-34.68
幸福蓝海	1.69	-52.60	-0.40	-219.3
光线传媒	1.08	-68	-0.12	-107
华谊兄弟	0.92	-33.84	-0.67	51.66
北京文化	0.92	3500.25	-0.07	93.64

数据来源：各公司财报 制表 乔磊

房成绩却创下系列最低，押宝的另外两部重头影片《解密》《异人之下》，票房同样不理想。综合算下来，公司整体并未能实现盈利。

亏损最为严重的当数博纳影业。这家老牌民营电影公司自从上市以来业绩就一直不太理想。本次财报季期间，公司主控、主投的《传说》和参与出品的《红楼梦之金玉良缘》，票房加在一起不足9000万元，这也导致了博纳影业亏损逾2亿元。

业绩反差最严重的则是光线传媒。8月份半年报发布之时，光线传媒还是电影上市公司中的“优等生”代表，以营收和净利润双双同比翻倍的半年成绩领跑行业。到了第三季度，公司业绩却表现平平。这主要源于公司第三季度向市场交出的作品皆为中小成本项目，其中《从21世纪安全撤离》累计票房仅1.12亿元。虽然光线传媒前三季度的数据还是比较亮眼——营业收入为14.42亿元，同比增长55.37%；净利润4.61亿元，同比增长25.08%。但是主要还是在吃第一季度《第二十条》的“老本”，后续并没有更优质的项目。

季报中“唯二”的惊喜，或许来自久陷泥沼的北京文化和华谊兄弟。由于近年来着力推动降本增效，持续优化负债结构，华谊兄弟的债务和营业成本

均呈现下降态势，亏损规模进一步收缩。不过在核心业务内容方面，华谊兄弟的表现仍然不够理想。第三季度中主控的《狗阵》《来福大酒店》两部影片累计票房均未破亿。北京文化报告期内有《异人之下》《一雪前耻》两部影片上映，虽然票房平平，可是对于底盘小、业绩处于谷底的北京文化来说，仍然起到了不小的拉动作用。

储备粮充足 多条腿走路

按照现在的市场走向，电影行业2024年总体业绩并不乐观。进入第四季度后，国庆档表现也同样低迷，除了中国电影的《志愿军：存亡之战》以11.6亿元票房夺得国庆档冠军之外，并没有其他特别亮眼的影片。目前全年仅剩一个热门档期，即从12月下旬开始的贺岁档，但近年来贺岁档影响力逐年势弱，至今没有重磅影片官宣定档。这也意味着，电影行业若想在今年第四季度实现业绩逆袭，基本无望。

今年是典型的电影小年，新片的上映数量减少，观众的观影热情不高，票房收入相对较低。这不仅是由于全行业性的产能不足，其中还有一个重要因素是多个头部体量项目因制作周期问题赶不上年内释出。不过，从各家公司提供

从舞剧名作到银幕佳片，《只此青绿》——

打造戏剧与电影双赢新样本

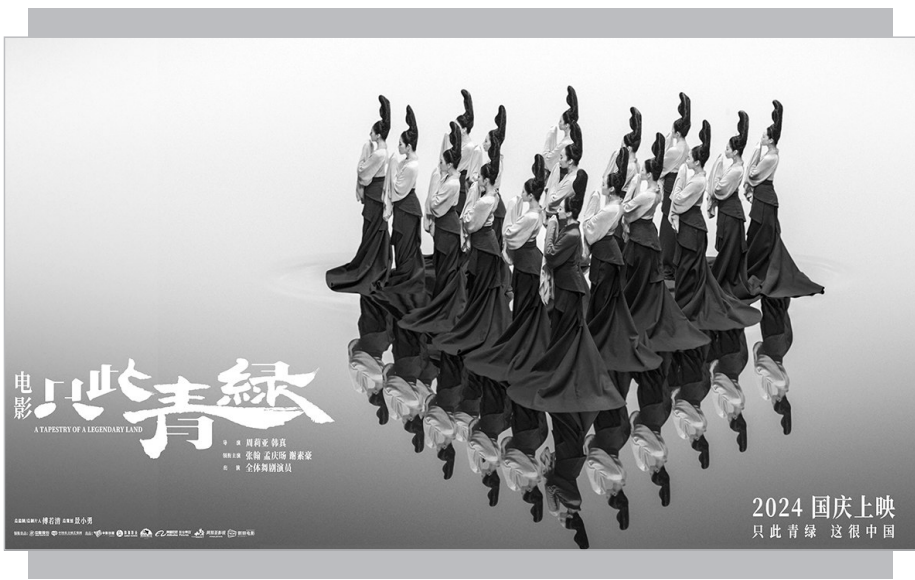
□本报记者 孟真

今年国庆档期间，由舞剧改编的电影《只此青绿》在电影市场中脱颖而出，成为口碑佳作，豆瓣评分高达8.0分。而早在2021年，舞剧《只此青绿》便已亮相舞台，其线下演出的足迹遍布众多城市，至今场场爆满，一票难求。毕竟珠玉在前，因看过舞剧《只此青绿》而先入为主的观众，对电影版给出了褒贬不一的评价。无论如何，从舞台上的人气之作，到如今银幕上的口碑之作，这一转变所掀起的热潮，正逐渐形成一种不断扩散并影响深远的文艺趋势。

一一再现经典片段

戏剧艺术先于电影诞生，并滋养着电影艺术。戏剧学者董建在其著作《戏剧与时代》中提到，“电影在成长过程中，从戏剧得到的滋养和支持是显而易见的。”实际上，戏剧改编成电影并非新奇之举。早在1950年，电影《我这一辈子》就改编自老舍所著的同名经典话剧。之后，《茶馆》《骆驼祥子》《月牙儿》《离婚》等话剧也都被改编成了电影。进入上世纪90年代后，由赖声川编导的同名话剧电影《暗恋桃花源》，不仅保留了话剧的精髓，还通过电影的表现手法进行了创新和升华。舞剧电影《永不消逝的电波》也以影像为媒介，用多层次的空间叙事和饱满强烈的视听效果，讲述了有关信仰与牺牲的感人故事。

此次，电影《只此青绿》的内容也以舞剧为蓝本，由原班人马与多位优秀电影人携手精心雕琢而成。影片在“展卷、问篆、唱丝、寻石、习笔、淬墨、入画”的原有章节基础上，新增了“初见、听雨、青绿、苦思”等篇章，通过一位故宫青年研究员的“穿越”之旅，以“展卷人”的视角，带领观众见证北宋画家王希孟创作《千里江山图》的过程。整部影片89分钟，仍然以舞蹈作为主要表演形式，没有台词辅助，仅靠肢体语言与音乐结合来塑造人物，推动故事情节。舞剧中的经典片段，在银幕上能够更近距离地一一再现。演员们传达情感的方式不再只有肢体语言，还包括他们的面部特写表情，甚至是



少年王希孟眼角滑落的泪水。此外，为了在大银幕上生动再现历史瞬间，电影主创团队在服装与妆发设计上倾注了大量心血。这些对细节的极致追求，使得电影中的一帧一画都散发着东方气韵。

平衡原作与观众口碑

电影《只此青绿》在初次登上大银幕之际，便收获了非同凡响的支持与赞誉。这份成功的背后，离不开其本就名声在外的舞剧基础。近3年来，该舞剧通过巡演累积了大量的忠实粉丝，也沉淀了良好的口碑，为电影的推出奠定了坚实的基础。电影在改编过程中，不仅保留了舞剧的核心元素和艺术精髓，还加入了新的创意和元素，以适应电影这一不同媒介的叙事需求。从市场角度来看，电影《只此青绿》的成功很大程度上得益于其作为经典戏剧作品自带的IP属性。尽管舞剧《只此青绿》已在全国多个城市巡演，但受限于地理位置和剧场容量，能够亲临现场的观众依然有限。在电影《只此青绿》全球首映礼上，导演周莉亚说：“舞剧剧场有它的局限，电影帮我们去到了舞剧没有办法去

到的地方，去到全国各地，去到世界各地。”可以说，电影的推出弥补了舞剧受限舞台这一遗憾，它以一种更加亲民和普及的方式，将这部优秀的作品带到了更多观众的面前，人们能够以两位数的价格享受到顶级的舞剧表演。

但也有一部分舞剧的观众对电影的评价是略感失望。有一种观点认为，电影的场景与特效不尽如人意，剪辑碎片化了舞蹈，和现场的震撼程度无法相比。“电影中的几个运镜甚至没有把舞蹈演员的肢体语言拍完整，最华彩的舞蹈片段也没有完整保留，虽说瑕不掩瑜，但着实可惜。”有网友如此评价。对此，导演周莉亚、韩真都表示“电影确实是遗憾的艺术”，无法完整呈现每一位舞者，也无法保留每一个镜头。总的来说，舞剧版和电影版存在差异是必然的，毕竟一个是舞台艺术，另一个是镜头艺术。但它们作为艺术的不同呈现方式，既能独立存在与发展，又能相互赋能和支持。

不同艺术门类巧妙融合

每个人对艺术的理解和感受都是独

的储备片单来看，2025年新片供给有望“跟上”。例如，中国电影的《射雕英雄传·侠之大者》《小小的我》，博纳影业的《蛟龙行动》《克什米尔公主号》《智取威虎山前传》《人体大战》，光线传媒的《“小”人物》《她的小梨涡》《透明侠侣》《墨多多谜境冒险》，万达电影的《唐探1900》《蛮荒记》《千万别打开那扇门》《转念花开》，北京文化的《封神第二部：战火西岐》，上海电影的《小妖怪的夏天：从前有座浪浪山》等，都有望在2025年集中上映。

除了积极储备优质项目，各家公司也多管齐下，依托自身优势，试图改变单一的业务结构，寻找新的业绩增长点。

例如，万达电影结合各档期打造差异化营销活动，结合重点影片紧抓精准客群，拉动票房增长。同时，探索影院经营新模式，打造了首家“花花世界”爆米花专营店，通过创新的风味食材和互动消费模式，打造可逛、可打卡的电影文化生活新空间。此外，还与头部游戏《原神》开展跨界联动合作，提高衍生品销售收入的同時有效促进人次和票房转化。

上海电影有序推进大IP开发业务，先后与光明乳业、星巴克、必胜客、宝马等知名品牌在食住行玩等领域展开IP授权联名合作，并与《光遇》《决战平安京》《永劫无间》等多款多类型游戏开展联动，总传播曝光量超过30亿。

博纳影业正积极开拓电视剧市场，由黄轩、王雷主演的剧集《上甘岭》于10月中旬开播，并取得了不错的收视成绩。此外，博纳影业还大力发展AI技术，推出国内首部AIGC生成式连续叙事科幻短剧集《三星堆：未来启示录》7月在抖音上线。

光线传媒已经积累了丰富的电视剧开发经验，目前《山河枕》《春日宴》《我的约会清单》等剧集项目正在开发过程中。同时，公司艺人经纪业务稳健，参与的扬州市空港新城影视文旅产业基地片区开发建设PPP项目中的扬州影视基地一期已投入使用。

电影行业虽遇小年，市场的活跃度大大降低，但是，这也未尝不是一个调整期，让行业积蓄力量，为即将到来的旺季做好准备。

一无二，无论电影最终呈现出了怎样的效果，对于许多观众来说，都可以精进提升的空间。电影《只此青绿》无疑是艺术领域的创新，它不仅在舞蹈界掀起了波澜，也在电影艺术领域开辟了新的探索方向。近年来，除了《只此青绿》，还有许多受欢迎的舞台作品也在不断尝试“破圈”，走上银幕。相比传统剧场，电影这种艺术形式拥有更多的传播渠道和更广泛的受众群体。戏剧可以为电影提供素材，电影可以从戏剧中寻找灵感。广受观众喜爱且经久不衰、反复上演的戏剧剧本，相较于那些仓促完成、缺乏深度打磨的速成剧本，往往具有更高的艺术价值和更持久的吸引力。例如，《夏洛特烦恼》《恶棍天使》《分手大师》《离婚男女》《驴得水》等作品都取得了不错的票房佳绩。此外，戏剧这种形式也能够以创新的方式融入电影创作中，从而塑造出电影独有的艺术特质。

电影同样能够回馈戏剧领域，为其注入新的活力和灵感，打破戏剧舞台的空间限制。在国外，有很多由电影改编成音乐剧的成功案例，例如世界著名音乐剧《悲惨世界》，就是在同名电影的基础上改编而来，到现在已演出近40年，仍久盛不衰。在国内，歌剧《冰山上的来客》改编自同名经典电影，以新的舞台形式重现了经典的爱国主义故事；音乐剧《钢琴的》亦改编自同名电影，以身体的律动表现人物鲜活的个性与生命，以顿挫有力的舞蹈划出质朴的人物形象，大受观众欢迎。

在艺术创作中，不同艺术门类之间的借鉴与融合是推动艺术发展的重要动力。戏剧与电影如何互补进而实现双赢，是从从业者努力探索的方向。《只此青绿》为戏剧的“破圈”提供了有益的启示，通过跨界融合与创新发展吸引了更多观众的关注和喜爱。观众所期待的，并非局限于任何一种单一形式的艺术呈现，而是各类艺术作品能够绽放出独特的精彩。当然，在艺术创作中，外在形式始终只是辅助，真正触动人心、传递美好情感的内核，才是艺术创作的真谛与不变的初心。