

# 电影撤档，退场容易破局难

近日，在一众新片接连定档的秋冬电影市场，几部阵容强大、备受期待的文艺片却无奈上演“影院一日游”后匆匆离场。先是《寻她》在上映当天宣布撤档，紧接着，陈坤、刘敏涛领衔主演的《旁观者》也在上映前两天宣布撤档。两部影片的导演不约而同在社交媒体发表长信，字里行间透露出对文艺片在当下市场环境中遭受冷遇的“无能为力”。

## 1 仓促退场才引关注

10月17日，电影《寻她》在上映当天晚上宣布撤档，影片在电影市场上映的时间不足10个小时。片方公告表示，电影《寻她》将重新选择档期与观众见面，“在此向各位影院的同仁及所有观众朋友致以最诚挚的歉意。”

据公开信息，电影《寻她》是导演陈仕忠的首部长片作品，关注家庭关系中女性所面临的现实痛点，由舒淇、白客主演。影片围绕一场意外的失女变故，讲述南方蔗村妇女陈凤娣（舒淇饰）在家庭质疑与世俗偏见的围困中，执意追寻女儿下落，并在此过程中逐渐觉醒、寻找自我的动人故事。影片曾入围第二十五届上海电影节主竞赛单元并荣获金爵奖艺术贡献奖。

经历过撤档风波后，该片导演陈仕忠在社交媒体发文坦言，“真正应该接受这份安慰的人，是我的所有主创们。这是一群拥有才华与品质的创作者，理应得到鼓励与褒奖。”他透露，收到档期调整通知时正与舒淇在一起，“本该是由我去安慰她，但她却反过来不断地安慰和鼓励我。”

无独有偶，原定10月25日上映的电影《旁观者》也在上映前两天官宣撤档。该片由松太加执导，陈坤、王砚辉、刘敏涛主演，以“寻找父亲的秘密”为核心线索，通过三兄妹的视角抽丝剥茧，揭开家庭过往的伤痛与纠葛，探讨人际关系与自我成长。然而，这部备受期待的作品还未正式亮相就黯然离场。

值得关注的是，正在上映的《下一个台风》也曾从清明档撤出，该片由张子枫和张伟丽主演，讲述两个女孩相互治愈的故事。经历过撤档风波的《下一个台风》重新上映市场反响一般，上映三天票房刚过300万元。据数据显示，《寻她》上映首日排片仅为1.2%，《旁观者》点映及预售总票房仅3.7万元，低迷的市场反响成为压垮这些文艺片的“最后一根稻草”。



## 2 观影热情被消耗

“心痛难当”，这是《旁观者》导演松太加得知撤档消息后的第一反应。他在声明中表示：“在过去的日日夜夜，我唯一能百分之百掌控并向大家保证的，是影片本身的品质。我们竭尽全力，试图将一个完整、真诚的世界呈现在银幕之上。”然而，艺术品并不一定能够转化为市场竞争力。“一部电影走向观众的路，漫长且复杂。对于电影创作之外的诸多环节，我作为导演，能做的实在有限，甚至常常感到无能为力。这个决定，于我而言是艰难且被动的。但我理解，这或许是当下不得不做的选择。”

放眼近两年的电影市场，“撤档”现象已不是新鲜事儿。撤档停映是指电影定档后因各种原因取消原定档期并推迟上映的行为，其中有出品方对市场再度考量后的主动选择，也有多重复杂因素所致的被动撤离。从2024年春

节档的《红毯先生》《我们一起摇太阳》，到五一档的《没有一顿火锅解决不了的事》，再到国庆档的《出入平安》，撤档影片名单越来越长。

电影撤档引发的一系列改档、极限定档等操作，不仅给影院运营带来负面影响，更消耗着电影口碑和观众热情。对制片方而言，临时撤档意味着前期巨额宣发投入几乎付诸东流。

尽管多数片方希望通过“映后撤档”再获得二次上映机会，但成功先例寥寥无几。《红毯先生》撤档时票房约8200万元，重新上映后仅收获约1000万元票房，反而不如春节档期。《我们一起摇太阳》从撤档时的9314.3万元到重新上映后收获2.76亿元，成为近年来少数实现票房逆袭的影片。但此类成功难以复制，需依托影片的过硬品质与精准的档期选择，单一IP或明星阵容难以保障票房。

## 3 撤档不能一走了之

值得深思的是，撤档现象正从热门档期的类型片，向普通档期的文艺片蔓延。这一变化揭示出文艺片在市场上面临的困境。

文艺片与商业片的不同特质，决定了它们需要差异化的市场策略。文艺片欣赏需要一定的鉴赏基础，也需要比商业片更长线的口碑发酵时间。《旁观者》点映排片占比小于0.1%，几乎宣告了影片市场前景会十分黯淡；《寻她》改为点映后撤档，同样缺乏口碑酝酿的空间。

文艺片尽管环境艰难，但并非没有曙光。近年来部分文艺片依然取得了不错的成绩，它们的成功经验或许指明了出路。朱一龙主演的《河边的错误》票房突破3亿元，胡歌与高圆圆主演的《走走停停》，35万人打出8分，票房

也顺利破亿。分析这些成功案例，它们的共同特点是“没那么‘小众’”。《河边的错误》叙事流畅，没有故弄玄虚；《走走停停》适合全家观看，画风轻盈愉悦。这些影片打破了文艺片晦涩难懂的刻板印象，在艺术表达与观众接受度之间找到了平衡点。看来，文艺片是否遇冷，还是要从影片本身找原因。

按理说，一部电影选择何时上映是片方的权利，上映后因票房不佳撤档也是其权利。但是，若“频繁撤档”成为行业常态，恐有扰乱市场秩序之忧。对电影创作者和制片公司而言，唯有不断开拓电影类型，提升艺术创新能力，避免题材同质化，建立自身品牌形象，或许才能在这个变化莫测的市场中赢得真正的主动权。

据中青网

# 我国户外运动参与人数突破4亿人 冰雪、山地等项目参与度较高



2025中国户外运动产业大会近日在云南大理举行。大会期间，国家体育总局发布《中国户外运动产业发展报告》。报告显示，我国户外运动参与人数已突破4亿人，户外运动产业成为体育产业经济增长的重要力量。

根据报告，截至2025年4月初，我国户外运动参与人数已突破4亿人。中青年群体是户外运动主要消费者，其中25—34岁群体占比最高。从消费项目看，冰雪、山地、水上项目参与度较高。

报告指出，近年来，我国户外运动产业政策体系不断完善；户外运动场地设施建设全面推进。

在多方合力之下，我国户外运动市场潜力有效释放。

2024年中国冰雪运动产业总规模达9700亿元，同比增长约9%；2024—2025冰雪季全国滑雪场景累计接待客流量达2.56亿人次。

2024年水上运动产业规模达4386亿元，同比增长18.7%，参与人数突破1.2亿。

骑行产业，截至2025年8月底，全国骑行用户已突破1.3亿，中国自行车产业总产值已突破3000亿元。

报告显示，在政策体系不断完善、服务体系日益健全的背景下，我国户外运动产业展现出蓬勃向上的发展趋势，未来有望持续释放增长潜力。

据央视新闻