

陈佩斯让路 “荔枝”率先送达

暑期档电影上映时间临阵变更“乱了套” 《长安的荔枝》《你行！你上！》《戏台》扛起7月票房大旗

“等了六十年”无奈避让

陈佩斯重返大银幕之路，本身就充满象征意义。距离他上一次主演电影已过去整整32年。路演途中，观众的笑脸与掌声曾让他动容，也对《戏台》正式上映充满期待。然而，这份期待很快被市场的冰冷现实击碎。

7月下旬的档期已成修罗场。姜文导演的《你行！你上！》与大鹏的《长安的荔枝》等多部影片如巨轮般相继驶入，有限的银幕资源瞬间陷入惨烈争夺。面对排片空间被严重挤压的困境，陈佩斯与团队不得不作出痛苦抉择：让路。改档，是为了给这部凝聚心血的电影争取一线生机，一个能让口碑自然生长的喘息空间。

这“十年一剑”的分量，远超普通商业制作。在远离喧嚣嘈杂的岁月里，陈佩斯全身心扑在《戏台》之上——编剧、导演、主演，事必躬亲。这部脱胎于豆瓣9.2分同名经典话剧的作品，承载着“等了六十年”的创作理想。首映礼上，老搭档朱时茂观赛后动情落泪：“我从来没有为你哭过，从来没有，这是第一次。”陈佩斯在旁既欣慰又带着一丝艺术家的“不安”：“真对不起，喜剧把你看哭了，我不知道这是失败还是成功？”这一幕，恰是《戏台》复杂魅力的绝佳注脚：它追求引人发笑，更渴望抵达笑过之后那份深沉的触动。

然而艺术匠人在排片率的现实铁壁前，不得不暂时低头。陈佩斯的道歉视频中，只字未提自己的付出，焦点始终在观众的等待上。这份担当，映照出老艺术家的格局，也折射出严肃创作在当下市场环境中的逼仄处境。

《长安的荔枝》点映制胜

当《戏台》为生存空间艰难腾挪时，另一部备受瞩目的电影《长安的荔枝》却凭借点映，打了一场漂亮的“闪电战”。

7月12日至13日，影片开启限时点映。效果立竿见影：点映及预售总票房迅速突破1000万元，猫眼点映评分高达9.7分，市场热度陡然飙升。社交媒体上，观众不吝赞美：“节奏飞快”“新意十足”“对原著精髓把握精准”等，尤其令原著粉惊喜的是，电影在有限时长内，不仅保留了核心情节，更在人物塑造和情感深度上做了富有成效的挖掘与补全。

大鹏作为导演，再次展现其敏锐的市场嗅觉和扎实的工业能力。影片制作规格向顶级商业大片看齐，从服装、道具到宏大场景，质感十足。更令人叫绝的是叙事效率——将马伯庸原著几十万字、曾改编为30多集电视剧的丰富内容，浓缩于两小时片长，节奏却毫不拖沓。李善德运送荔枝的跌宕旅程，辅以成龙爱徒伍刚设计的精彩动作场面，为观众奉上了一场高密度的视听盛宴。



暑期光影 ③

原计划7月25日上映的《长安的荔枝》，官宣提档至7月18日；三天前，原定7月25日上映的姜文作品《你行！你上！》已经宣布提到这一天。临期改档的风潮并未因此终结，此后又有计划8月2日上映的电影《南京照相馆》提档至7月25日和大家见面，而原本定档7月17日的《戏台》则无奈延迟一周上映，待到7月25日再与大家见面。与此同时，《戏台》导演陈佩斯录制了一则朴素的致歉视频，已经72岁的他面对镜头，双手合十，语气诚恳：“对不住大家，让您久等了。”这并非一次普通的档期调整，而是2025年暑期档激烈博弈中的一个缩影——一场关于生存空间与艺术尊严的无声较量，正在暑期档的大银幕背后激烈上演。



恐惧直接驱动了《你行！你上！》的逃离和《长安的荔枝》的抢跑——《长安的荔枝》凭借成功的点映口碑，敢于调整策略正面迎战，充分证明了在信息透明的当下，优质内容自带宣发势能，“口碑即硬通货”。这与捂着不点映的《你行！你上！》形成鲜明对比。

优质影片更待时间检验

“混战”之中，电影《戏台》尤为值得关注，这部影片的改档与陈佩斯的诚恳道歉，是严肃艺术电影在当前高度商业化、档期高度敏感化的市场环境中艰难求存的写照。艺术家对作品的极致打磨与珍视，在市场排片的冰冷计算面前，有时不得不作出妥协。但在硝烟弥漫的档期博弈背后，是资本、口碑、题材热度、制作水准等多重力量的复杂角力。无论档期如何变幻，市场的终极试金石永远是影片本身的质量与观众发自内心的认可。

陈佩斯在《戏台》首映礼上那句“喜剧不是让人哭，是让人笑中带泪”，或许道破了电影艺术穿越时间、穿越档期乱局的终极力量。当《戏台》在民国梨园的方寸之间演绎人性的荒诞与温暖，当《长安的荔枝》在盛唐的驿道上传递小人物的坚韧与情义，当姜文七年磨一剑的《你行！你上！》试图再次以个人风格搅动影坛，当《731》以沉重的历史叩问人心——它们都在以不同的方式，争夺观众有限的目光和时间。

暑期档的混战终会落幕，票房的数字终将成为历史。唯有那些真正触动人心、引发思考、带来愉悦或震撼的作品，才能在观众的记忆中长久停留。纷乱的档期调整，是电影工业丛林法则的体现，而银幕上绽放的光影与人性，才是电影穿越喧嚣、抵达永恒的核心价值。在这个最拥挤的暑期档，我们期待银幕上的票房之争，最终能够诞生让时间铭记的优质影片。

点映的成功，成为《长安的荔枝》敢于在乱局中调整策略的底气。它果断放弃了原定7月25日相对“清静”的档期，选择提前至7月18日，与姜文睽违多年捧出的新作《你行！你上！》同场竞技。这无疑是一次基于强大信心的“后发制人”。大鹏团队深谙，在口碑即王道的时代，强劲的点映反馈就是最好的宣发利器。与其苦等，不如乘着口碑东风，在热度最高点强势登陆。

提档背后是票房“大逃杀”

《你行！你上！》与《长安的荔枝》的相继提档，表面是主动出击，深层逻辑则是暑期档“大逃杀”模式下的生存本能。驱动这场集体“抢跑”的根源，在于一个令人不寒而栗的名字——电影《731》。这部聚焦沉重历史题材的影片，尚未上映便已凭借其题材的国民记忆共鸣，在购票平台积累了惊人的92.4万“想看”指数。这一数字形成了巨大的威慑力：《你行！你上！》想看人数仅18.8万，

相差近5倍；《长安的荔枝》点映虽热，其正式上映前的想看指数也远低于此；即便是《戏台》这样有口碑基础的文艺片，也难在数据上望其项背。

在影院经理排片的天平上，“想看”指数是核心砝码之一。面对《731》这艘即将在8月初驶来的“航母”，以及紧随其后的口碑动画片《浪浪山小妖怪》等强敌，7月中下旬上映的电影，其黄金票房收割期被严重压缩。《你行！你上！》的提档被视作是审时度势后的“战术撤退”，原档期（7月25日）强敌环伺，而提前一周，对手主要是进入尾声的《侏罗纪世界：重生》和实力相对较弱的几部动画片。抢出一周时间，就能多一分盈利保障。

正如业内人士所言，2025年的暑期档，因多部影片的“档期漂移”显得尤为混乱，却也异常真实地折射出中国电影市场的深层肌理：《731》超高的“想看”指数如同悬在所有同期影片头上的达摩克利斯之剑，生动诠释了市场对“头部爆款”可能产生的虹吸效应的恐惧。这种