

时隔三千年再讲荷马史诗

诺兰的金字招牌，这次还管用吗？

截至目前，八月片单上最硬的一道“菜”，非诺兰导演新作《奥德赛》莫属。这部电影于8月2日率先在北京、上海、广州、深圳四城开启了超前点映，甚至有影迷长途跋涉，只求一睹为快，影片话题也迅速在社交平台上刷屏。记者注意到，该片在豆瓣的评分已经出炉，8.3分。

或许是四城限定点映自带“饥饿营销”效应，本周末全国大规模点映的抢票之势已经形成。记者从南京开启点映的影院获悉，点映场次已售出超过三分之二的座位，不少已近满场。

实习生 张梦瑶 扬子晚报/紫牛新闻记者 孔小平

“归乡”主题

《奥德赛》讲述特洛伊战争后，伊萨卡国王奥德修斯率部归家，途中历经风暴、怪物与神祇考验，漂泊十年。与此同时，其妻珀涅罗珀与幼子忒勒玛科斯在家乡应对众多求婚者的胁迫与阴谋。全片采用两条叙事线索并行，最终聚焦奥德修斯重返家园后的身份考验与道德审判，呈现一场关于生存、忠诚与归乡的史诗故事。

作为继《奥本海默》后的全新力作，《奥德赛》被视作诺兰职业生涯迄今最具野心的电影。诺兰本人也在采访中坦言，作为西方文学最古老、最具奠基意义的故事之一，荷马史诗虽影响无数后世作品，却从未有人真正调动现代电影的全部资源，将其完整地呈现于大银幕之上。这于他而言，是难得而令人兴奋的机遇。

那么，奥德修斯的旅程在近三千年后的今天还能打动人心吗？诺兰认为，“归乡”是影片的核心主题，“家”这个概念本身就具有普遍而永恒的意义。“当然，它的具体含义会随着时代不断发生变化。它未必始终指向某一个具体的地理位置，也未必总意味着同一种家庭关系。但归根结底，每个人心中都会有一个自己最自在、最安心的地

方。这种需求，是人类最本质的一部分，因此也是所有人都能够理解、能够共鸣的情感。”

技术流的盛宴

据公开报道，《奥德赛》是史上首部全程使用IMAX胶片摄影机拍摄的故事长片，这对技术流影迷来说，比故事本身还重要。该片拍摄周期91天，消耗超过210万英尺胶片，换算下来超过640公里。

据悉，用IMAX胶片摄影机拍摄，是诺兰年轻时就产生的梦想。诺兰曾在采访中透露，IMAX胶片摄影机像一件有存在感的“大型乐器”，会带给演员更多的压迫感。这种压力和能量会在潜意识里提醒演员，这台摄影机会以多高的清晰度来捕捉他们表演的细节，所以演员们会更投入地去思考和感受，克制多余的小动作，表演更真诚内敛。而且这台庞大的摄影机也会给剧组带来一种积极的影响，让所有人都进入一种高度专注的状态。演员们看到这台机器，知道它正在记录影像，也知道它所代表的分量和成本，现场自然形成一种高度集中的氛围。

首轮限定四城点映时只开放了IMAX、CINITY高端厅，合计

158场，综合上座率为94%，创下IMAX中国内地影史点映上座纪录。这个数据，足以说明核心影迷对“诺兰+IMAX胶片”这个组合的狂热程度。

“诺兰”自带金字招牌

导演诺兰用《盗梦空间》《记忆碎片》《信条》《星际穿越》等口碑佳作证明了一件事：高概念、高智商的复杂叙事，也可以成为最受欢迎的大众娱乐。通过这些作品也可以看到，他更像一位才华横溢的“电影工程师”，精于设计和建造一个精密、宏大的叙事迷宫，每一部作品都在挑战观众的时间感知与认知边界。

而且诺兰作品的演员阵容从不含糊。《盗梦空间》是“小李子”莱昂纳多领衔，《星际穿越》是马修·麦康纳、马特·达蒙等奥斯卡级别阵容。《奥德赛》则有马特·达蒙、查理兹·塞隆、安妮·海瑟薇、汤姆·赫兰德、罗伯特·帕丁森等，光是念一遍名字，就足以让影迷掏腰包了。

从票房来看，诺兰的作品在中国内地也一直有稳定的基本盘。记者从南京多家影院获悉，《奥德赛》IMAX、CINITY版的点映票价在60元左右，抢票氛围浓厚，后续上映场次的预售势头也不错。



多说1句

爆款《蜘蛛侠4》开了个好头

好莱坞进口片已低迷许久，常被诟病为重特效轻文戏，故事越来越套路，人物越来越扁平。但7月29日上映的《蜘蛛侠：崭新之日》以豆瓣7.8分打破了这一定律，票房已破10亿元，走势喜人，为《奥德赛》开了一个好头，观众对好莱坞大片的信心正在回归。

与此同时，好莱坞也再次展现了对中国市场的重视。7月底，“荷兰弟”汤姆·赫兰德和赞达亚来上海宣传《蜘蛛侠：崭新之日》，在上海Citywalk、买平价短裤，和中国影迷合影的路透照传遍全网，在红毯上自带签名笔给粉丝一一签名，展现了好莱坞新一代的“活人感”和亲和力。随后，马特·达蒙、查理兹·塞隆、诺兰等也来北京宣传《奥德赛》，诺兰还在北京度过了自己的生日。这位一向以严肃形象示人的英国导演，在北京吃生日蛋糕的画面，也在社交媒体上刷了一波热度。

这两部视效大片都为电影院拉回了不少观众。无论是《蜘蛛侠：崭新之日》的特效场面，还是《奥德赛》的IMAX 70毫米胶片拍摄和史诗叙事，都高度依赖大银幕的沉浸体验。此前“蜘蛛侠”就让零点场的电影院人头攒动，而《奥德赛》IMAX等特效厅一票难求的景象，也在反复印证一个老生常谈的道理——好电影，得去电影院看。

文化湃

两部惊悚片“黑马”何以成“情绪解药”？

今年暑期档的电影市场，像极了一场兵荒马乱的牌局。8部影片接连撤档改档之际，两部“00后”导演带来的小成本惊悚片《后室》《痴迷》却稳稳扎了下来，不仅票房双双破亿，更成了年轻人的“社交利器”。它们的逆袭，固然有档期红利的偶然，但也给当下电影行业带来启发——新生代创作者究竟该如何重新连接年轻观众？这两部电影提供了具有参考价值的样本。

两部作品的背后都是“小孩哥”导演，这本身就像剧本。据报道，《痴迷》成本仅75万美元，其全球票房已超4.6亿美元，投入产出比超过600倍。《后室》的成本也就约1000万美元。让人意外的是两位导演，《后室》的导

演在电影上映时刚满21岁，《痴迷》的导演也就26岁。两人都没有电影学院的科班背景，此前只是活跃在视频网站上的博主。没有IP加持、没有大牌明星、没有工业巨制，两部影片就这样闯入了票房高地。

两部电影的“出圈”继续验证着一个事实：年轻人真正想看的，从来都是“懂自己”的故事。据报道，《后室》购票画像中，86%的观众年龄低于35岁，21岁以下观众占比更是高达44%；《痴迷》的观众中，18至34岁年龄段占比高达75%。两部影片的“多人观影”占比也显著高于平均水平，也就是说，满足了年轻人“集体找刺激”的需求，尖叫、捂眼、互相抓紧手臂，这种观影体验本

身就成了社交货币。

这就得说说两部电影的内容了，《后室》和《痴迷》的片名听起来很不“主流”，却很契合年轻群体的抽象属性。《后室》的创作缘起是2019年社交平台上一张贴满黄色壁纸的诡异走廊图。电影故事中，事业失意的建筑师转行成为家具推销员，意外闯入一片无限延伸、毫无逻辑的黄色空间。不断重复、没有出口的迷宫，不仅制造了恐怖氛围，也成为当代青年处境的隐喻——职业道路充满不确定，生活秩序不断失衡，人们在看似熟悉却又陌生的环境中反复徘徊，却始终找不到真正的出口。而《痴迷》则踩中了另一种情绪——极端亲密关系中的控制欲与窒息感。

男主角折下“心愿柳”许愿让暗恋对象爱上自己，结果恋情变成了一场令人窒息的噩梦。它戳中的是每个年轻人都可能在亲密关系中体验过的无力感。

如今，线下剧本杀、密室逃脱等娱乐项目持续火爆，刺激类沉浸式体验已成为年轻人休闲的标配。惊悚电影与之形成体验互补——密室等侧重实景互动惊吓，电影则依靠镜头语言营造长线氛围与完整叙事，两者共同满足释放压力、寻求情绪刺激的心理诉求。在题材内核上，影片更是实现精准共振：《痴迷》聚焦亲密关系，对应青年的恋爱焦虑；《后室》则映射被困在枯燥日常循环里的无力。当影片真正回应了年轻人

的精神困境，他们自然也就有了付费意愿。

当下，短视频的即时快感、线上游戏的沉浸体验、社交媒体的碎片化信息，都持续分流着观众的注意力。与此同时，电影行业正经历着一场深刻的代际更替：导演可以成长于互联网，IP可以诞生于网络社区，宣发可以引爆于短视频。创作面临的游戏规则已然改写。在此背景下，这些惊悚片“小黑马”跑出的，或许正是整个行业该认真倾听的脚步声——无论媒介如何变迁，真正打动年轻人的，永远是那些能精准回应他们共同经验与时代情绪的故事。

实习生 张梦瑶 扬子晚报/紫牛新闻记者 孔小平