

最是那撩人的3D

自贺岁档《龙门飞甲》和《金陵十三钗》的3D之争后，真的是不想再聊3D这个话题，该聊的似乎都已经聊尽了，没想到，《泰坦尼克号》的修复重置，居然又给了3D一个新话题，不是重新拍一部电影，而是将一部经典重新翻制，这样的3D，怎么弄？真是期待一个撩人的答案。

最初的最初，听说《泰坦尼克号》要卷土重来，心里是打了个突的，不是欣喜若狂，而是满腹疑惑，以卡梅隆的风格，炒冷饭拉米这种事实是在像是人格分裂的行为，怎么看，这种事，都应该由别人，而不是原导演本身来做，那样还说得通，不是自己亲生的，拉出来卖个小艺什么的，也不是不可以，但卡梅隆可是亲爹。

后来发现，有一样想法的人着实不少，再后来，原来是自己孤陋寡闻了，以为2D翻3D就是信手拈来的事儿，听专家一说，才知道，这修复的钱，都够一部新片的拍摄资金了。“转3D是要花钱，2转3，每分钟成本高达6万元。90

分钟的影片转成3D，总投资1800万成本等于是拍了一部新片。”资深媒体人朱玉卿解释道。倒是一叶障目了，从3D拍摄技术的花费不菲，大约就能看出来，这修复也不是能省就省的，电影制作人石立斌介绍，3D的成本本来就很高：“3D的时候，同一个镜头，同一个角度、多机位，形成立体感，后期通过技术手段再做。我们国内基本是多机位拍摄。还有一种是用3D技术来拍，包括机器、分镜都是3D的，成本最高的，也是效果最好。”

3D就是这么撩人，尽管还是有人对这样的修复嗤之以鼻，但影院方面却早早嗅到了这股怀旧风潮背后的商机，据朱玉卿所说，在国内的一些城市里，“很多2D的数字影厅，都赶在4月前更新为3D，就是为了这部影片。”卡梅隆作为亲爹，也极力地选择了一个恰当的时间，让金盆洗手多年的亲闺女《泰坦尼克号》重出江湖，今年，恰好是泰坦尼克号沉没100周年，导演卡梅隆选在今年回归本来就是一种事件营销。

虽然，《泰坦尼克号》在北美上映的首周票房只有6000万，对于一部电影来说，稍微有些差强人意，但对一部老片来说，又是格外惊喜。北美的票房从来都是无法真正影响国内票房的，据业内人士估计，当年的《泰坦尼克号》创下了3.6亿票房，这一次的撩人3D版，有种“不是金刚钻不揽瓷器活”的架势，可能会有超过5亿的票房。

《泰坦尼克号》修复3D版上映

那条船活过来，再沉一次

4月，《泰坦尼克号》修复3D版上映，到处都在问“15年前，你和谁一起看”，克，对不住，15年了，我还是没找到那个陪我看电影的人”。无论是形单影只还是成了15年，依然是集体记忆。

■文 | 毛予倩 ■图 | 资料

最是那恼人的冷饭

冷饭不是那么好炒的！当年王家卫花了几百万元重新修复了《东邪西毒》在院线上映，重映之际打着“纪念张国荣”的口号，票房居然达到了3000万元左右。如此出人意料的佳绩，也让业内看到了老电影重映的商机。不过，这种噱头看来只能打一次。去年吴思远修复了张国荣版的《倩女幽魂》，再次打着“纪念张国荣”的旗号，票房却不到400万元。不少业内人士认为，老电影修复一定要有新元素或新卖点，如果在技术或内容上都没有太大变化，会让观众失去兴趣。影评人魏君子表示，重映片主要走的还是卖怀旧、卖情怀的老路子，容易导致影迷消费热情透支。

卡梅隆的境遇估计不会这么惨淡，业内人士对这碗冷饭多少还有点信心，哪怕可循的前例里，成功的例子实在不多。“这种电影跟以往的翻新电影有一定区别。修复电影能否取得成功，看点和口碑是关键。从这个角度看，《泰坦尼克号》对观众还是有一定吸引力，因为当年中国电影市场刚刚回暖，这部电影极大地带动了市场发展。”《泰坦尼克号》虽是冷饭，佐料却是不少的，“卡梅隆作

为让人们重新认识3D技术的‘鼻祖’，很多电影爱好者对他的信任程度还是很大的，所以完全有理由期待，观众们对这位导演的改造作品怀有很大的热情。”业内人士的观点虽不可偏听偏信，但总有一点儿参考价值。

也有人对这碗冷饭很有意见，乘着“好马不吃回头草”的想法，《泰坦尼克号》的重拍，甚至，它可能带来的吸引力，都是恼人的，经典就是经典，被修复了，就不是原来的那个经典了。影评人谭飞就说：“再伟大的电影，重新包装一下推出来，都是不折不扣地炒冷饭。”谭飞直言：“3D《泰坦尼克》全球公映后会有不错的票房，这票房的来源，主要还是依赖观众的怀旧情绪。当然，对于年轻一代观众而言，3D或许会有一些吸引力，但他们不会因父辈们的喜爱去追逐一部老片。所以说《泰坦尼克》重映会有多火肯定是不可能的。”至于两部电视剧版，谭飞说：“从另外的一些角度解读‘泰坦尼克’事件比较新颖，值得一看，但也只是利用题材的熟悉度，同样很难成为经典。”

