

『电影+』点燃暑期文旅消费热潮

新华社记者 邢拓 杨淑君

暑期档即将落下帷幕,截至8月28日,2025年暑期档票房已突破114亿元,总观影人次破3亿。

透视今年暑期档,多部高口碑影片点燃人们观影热情;电影周边衍生品热销,文化供给和消费场景丰富多样,“跟着电影去旅游”等活动层出不穷,电影推动文旅消费热度持续提升。

文化供给丰富多元

为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,中国电影资料馆艺术影院8月策划推出“历史的回响”“大师镜头下的二战”专题,放映多部抗战主题影片。

中国电影资料馆节目策划沙丹说,通过这些经典作品,让观众在光影中重温历史,铭记历史,珍爱和平。

这个夏天,不少电影院通过提供多元文化产品和服务、打造消费新场景等,为观众带来更具参与感、沉浸感的文化体验。

北京吉祥大戏院组织《戏台》观影团活动,不少观众直呼“在戏台下看《戏台》,这体验很别致”;贵阳越界影城推出小型路边音乐会、集中展演多项非遗技艺……多家影城突破传统影院局限,主动链接图书、文创、汉服、潮饮等多元业态。

中国文化产业协会沉浸式文旅产业专业委员会主任委员卜希霆说,影院从单一放映载体发展为综合文化体验场所,从“电影终端”发展成“文化入口”,有利于提升观众黏性,形成长期竞争力。

衍生品市场活力足

暑期里的上海电影博物馆十分热闹。近期每天一开馆,许多排队的家长和孩子们就涌向上海美术电影制片厂展区柜台,把心仪的“浪浪山”衍生品买回家。

据电影《浪浪山小妖怪》总制片人、策划李早介绍,伴随电影上线的授权衍生单品及自研文创产品超过800款。统计显示,影片上映首日上海联和电影院线周边衍生品销售额突破700万元。

动画电影在今年暑期档成绩亮眼:上映影片数量多、口碑好、热度高,同时还带动了周边衍生品热销。

知名IP电影《罗小黑战记2》片方在

全国千家主题影城设置快闪小店,快闪活动期间共推出116款周边衍生品,累计销量近14万件。

“从‘哪吒’系列到‘罗小黑战记’系列,高品质动画电影充分撬动了规模庞大的衍生品市场。”上海大学上海电影学院教授刘海波说,主动了解背后的文化故事,这是电影产业高质量发展惠及百姓的一个鲜明特征。

影旅融合发展提速

在重庆,游客凭票根可享大足石刻等景区门票或酒店优惠;贵阳云岩区助推贵阳越界影城与全城“吃住行游购娱”商家合作,让票根成为全城优惠“一卡通”……

除了发展“票根经济”,各地陆续开展“电影+旅游”“电影+美食”等活动,推动电影与其他行业跨界融合发展。

连日来,不少市民游客来到上海影视乐园大戏院观看《南京照相馆》,观影结束后走进影片拍摄地,重温照相馆、残破城墙等实景还原的遭侵华日军破坏的南京城场景。

“从观影到实景游览,再到乐园内的沉浸式项目体验,银幕上的影像不再遥远,那段历史在此‘可触摸’‘可感受’。”上海影视乐园党总支书记、总经理卢绪玲表示,影片上映后拍摄地同步开放,至今已累计接待游客超10万人次。

“影旅互动”今夏着实火了一把:长影旧址博物馆推出“甘将热血沃中华”赵一曼烈士事迹展、“田华——电影艺术人生”展览,不断丰富电影文化博览内容;《长安的荔枝》热映期间南方多省推出“荔枝游”;青岛崂山景区凭借《聊斋:兰若寺》热度推出实景短剧……

今年暑期,由国家电影局指导的“光影绽放中国行”活动走进云南、吉林两地,通过电影人代表推荐经典影视取景地、发布经典旅游线路等方式,打造“电影+文旅”跨界消费新业态。

“从‘热映’到‘热游’,这一模式将电影流量充分转化为旅游‘留量’,实现文化价值与经济效益双赢。”卜希霆说,要进一步强化“源头共创”理念,让影视IP成为助推地方经济社会发展的有力引擎。

(新华社北京8月29日电)

超119亿元!暑期档电影与观众“双向奔赴”

新华社记者 邢拓 杨淑君

国家电影局9月1日发布数据:6月1日至8月31日,2025年暑期档电影票房为119.66亿元,观影人次3.21亿。《南京照相馆》《浪浪山小妖怪》《捕风追影》位列票房榜前三位。

“国产片集体发力,7月中旬起热度逐渐走高,市场表现稳中有进。”中国电影评论学会会长饶曙光说。

作为全年时间跨度最长的档期,暑期档呈现出哪些特点?

题材多样,丰富观众选择

100余部影片今夏上映,涵盖历史、动画、喜剧、动作、悬疑等多种题材类型。其中,抗战题材影片和动画电影表现可圈可点。

一批抗战题材电影登陆院线,纪念

中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年:《南京照相馆》取材于南京大屠杀期间侵华日军真实罪证影像,《山河为证》展现中国人民14年抗战艰辛历程……观众在光影中回望峥嵘岁月,汲取精神力量。

多部动画电影展开瑰丽想象,彰显文化自信:《聊斋:兰若寺》铺展东方奇幻长卷,《浪浪山小妖怪》渲染水墨美学,《罗小黑战记2》打通多个神话“宇宙”……取材自优秀传统文化,国产动画展现中华文化之美。

电影和观众相互选择、相互成就。“多部影片在网络平台获得高分评价,优质内容满足观影群体多元需求。”猫眼娱乐市场分析师赖力说,一些电影提前点映,不少观众见到市场反馈才进影院,好的作品禁得住挑剔眼光。

微观视角,引发观众共鸣

一间照相馆,几个平凡人。《南京照相馆》聚焦抗战大背景下小人物的坚忍不屈,打动无数观众。

从宏大叙事转向微观表达,不少影片将镜头对准时代中普通“你我”:《长安的荔枝》展现唐朝九品小吏千里送荔枝的挑战全程;《奇遇》探讨现实成长议题,戳中当代观众内心……

“观众希望在作品中看到鲜活饱满的人物形象。”中央文化和旅游管理干部学院研究员孙佳山说,微观视角蕴含人文关怀,让观众更易感同身受。

向“新”发力,与观众同行

文学经典家喻户晓,如何常讲常新?《浪浪山小妖怪》关注“西游”文本里少人问津的无名之辈,《聊斋:兰若寺》以全新的“井下故事”串联起5个原著短篇……创作者不满足于复述经典,大胆用新叙事作新阐释。

原作珠玉在前,如何拍出新意?改编自香港电影《跟踪》的《捕风追影》“化简为繁”,用精彩密集的动作戏为影片添彩;改编自同名话剧的电影《戏台》加入更多戏剧冲突,增强艺术表现力。

“暑期档历来是观察中国电影市场态势的重要窗口。”饶曙光说,中国电影人今夏推出一批叫好又叫座的作品,好作品与好观众双向奔赴,彰显了电影的艺术魅力与行业实力。

(新华社北京9月1日电)



2025年中国电影
总票房(含海外)
破400亿元

8月31日,家长带着孩子准备在武汉市江岸区一家影城观看电影。

据网络平台数据,截至8月31日13时51分,2025年度中国电影总票房(含海外)突破400亿元。其中,国内市场总票房392.3亿元、观影人次超9.09亿,均超去年同期。

新华社发(赵军摄)

依法保护野生鸟类 共建美好生态家园

鸟类等动物是自然生态系统的重要组成部分,对维护生物多样性、筑牢生态安全屏障具有重要意义,要持续打击非法捕猎贩卖鸟类行为。

绿头鸭 ——

绿头鸭是雁形目鸭科鸭属鸟类,又名野鸭。绿头鸭在世界各地均有分布。栖息于水生植物丰富的湖泊、河流、池塘、沼泽等水域中。善于在水中游泳和戏水,擅长在水中觅食。食性广而杂,常以植物的种子、茎、叶和藻类、谷物以及小鱼小虾类动物、昆虫等为食。

