



国庆档观众满意度创四年新高

《志愿军3》《震耳欲聋》《毕正明的证明》获高满意度评价

长达8天的国庆假期为中国电影市场注入强劲活力。根据国家电影局统计,2025年国庆档全国电影总票房达18.35亿元,观影总人次5007万;总放映场次314.66万场,同比增长12.82%;平均票价为36.64元,比去年同期降低3.75元,同比下降9.28%;国产影片票房占比98.93%。

档期内共有13部影片登陆院线大银幕,其中5部影片票房破亿,数量与过去两年持平。据中国电影观众满意度调查结果显示,国庆档观众满意度得分85.4分,同比增长2.1分,创下近四年新高。调查的7部影片中有3部超85分,《志愿军:浴血和平》以87.2分居首,两部剧情片《震耳欲聋》《毕正明的证明》分居第二、第三位。

“志愿军”终章扛旗,《731》下沉发力

作为国庆档的传统主力,2025年主旋律影片依旧展现出强大的市场号召力,《志愿军:浴血和平》(以下简称“《志愿军3》”)与《731》两部作品合计贡献档期超四成票房,成为大盘稳定的核心支柱。

连续三年登陆国庆档的“志愿军”系列,今年以《志愿军3》收官。影片聚焦抗美援朝战争第五次战役后“边打边谈”的

关键阶段,不仅延续了前作宏大的战场叙事,更深入呈现谈判桌上的外交博弈,还原了世界军事史上为期747天的最长停战谈判历程。

灯塔专业版数据显示,影片40岁以上多人结伴观影占比最高,延续了去年国庆档《志愿军:存亡之战》较强的家庭属性。地域表现上,华东、华南地区票房占比超50%,为该系

列的优势市场。

中国艺术研究院影视所所长赵卫防评价:“影片在叙事和类型营造层面延续了前两部的成功,且获得了比前两部更多的共鸣情感,为新主流大片创作提供了新的启示。”

另一部主旋律作品《731》则走出了“差异化路线”。影片虽早在9月18日上映,却展现出“超长续航”能力——国庆档

期间票房超3.4亿元,累计票房突破18.6亿元,暂列2025年全国票房总榜第4名。

《731》以揭露侵华日军第七三一部队细菌战暴行为核心,凭借深刻的历史反思,影片在下沉市场“突围”:四线城市票房占比高达35.9%,远高于其他国庆档影片;在华北、西南、西北等省份,单日票房多次领跑。

中小成本影片“小而美”,口碑带动票房逆袭

今年国庆档多部中小成本影片展现出“小而美”的潜力。《浪浪人生》的“家庭喜剧”定位,虽未追求宏大叙事,却凭借东北地域笑料精准触达北方观众,填补了国庆档“合家欢轻喜

剧”的市场空白。《风林火山》由于其港片属性,带动了其在华南地区票房占比近三成。

《震耳欲聋》作为国内首部聚焦“聋人群体反诈”的现实题材影片,宣发上,该片未与头部

影片“同期起跑”,而是先卡准9月28日国际聋人日发布“无声”特辑,后于10月2日开启大规模点映,凭借口碑发酵实现“后发制人”,成为2025国庆档影片预售票房冠军。最终以3000万

元制作成本,获得超1.7亿元档期票房,远超业内预期。

同为中小成本的电影《毕正明的证明》亦凭借优异口碑,率先实现单日票房逆袭,并已连续5天保持这一趋势。

“电影+”升级多元消费新玩法

国庆前夕,中宣部电影局、文化和旅游部资源开发司联合启动“跟着电影去旅游”“跟着电影品美食”等活动,围绕国庆档影片推介福建、江西、重庆等12省份30余条电影主题旅游线路,涵盖取景地、影视基地及历史景点。全国3000余个铁路客

运车站、4200多组动车组列车播放《跟着电影去旅游》主题视频;南昌西客站设置“电影文旅咨询台”,G894次列车举办主题互动,提前为旅客“种草”目的地。

在推介活动带动下,多部影片凭借鲜明的地域特色,让取景地成为游客争相奔赴的

“银幕同款”目的地。《志愿军:浴血和平》取景地之一江西上饶横峰影视基地,因影片中“战场后勤保障”场景的呈现,国庆假期日均客流量较去年同期增幅超50%。《浪浪人生》取景地泉州石狮十里黄金海岸、晋江梧林传统村落等区域吸引12.97

万游客,同比增长近30%。

此外,多地大力推动“票根经济”,以电影票根为媒介,拓展延伸文旅消费场景。“电影+非遗”“电影+美食”“电影+衍生品”等新业态密集涌现,让电影从“文化产品”升级为拉动消费、推动经济增长的“新引擎”。

年度票房超同期,500亿可期

截至10月8日,2025年全国电影总票房达437.89亿元,同比增长18.98%,超过2024年全年总票房12.87亿元;观影人次10.25亿,同比增长19.39%,超过2024年全年总人次2528万。

国庆期间,从地区市场票房表现看,截至10月8日,广东省以超2.2亿元票房领跑,占全国票房总量近12%,总观影人次超587万;江苏、浙江、四川、山东紧随其后,五省合计贡献全国53%的票房。

城市市场层面,一些电影

产业新兴市场正在崛起,除上海、北京、深圳、广州、成都稳坐“头部票仓”外,贵阳、保定、东莞、惠州等二、三线城市票房排名较去年同期明显上升。

10月将有讲述中国共产主义运动先驱李大钊救国救民的电影《火种》,惊悚悬疑片《即兴谋杀》,美食电影《小山河》,表现女性力量的《下一个台风》,以及引进片《一战再战》《偷天盗日》《绮梦之旅》等10余部影片继续以多元题材、丰富内容接力国庆档。

在11月份定档的影片中,《疯狂动物城2》引发观众热烈讨论,截至10月9日该片在猫眼平台的“想看”人数近39万,居榜单首位,多位业内影评人预测其国内票房可以突破10亿,甚至超越前作。

国产电影方面,获威尼斯电影节最佳女主角奖的《日掛中天》,和获得戛纳电影节主竞赛单元“特别奖”的《狂野时代》,均有望借助获奖热度与口碑,吸引观众走进影院。犯罪题材影片《三滴血》凭借预告片

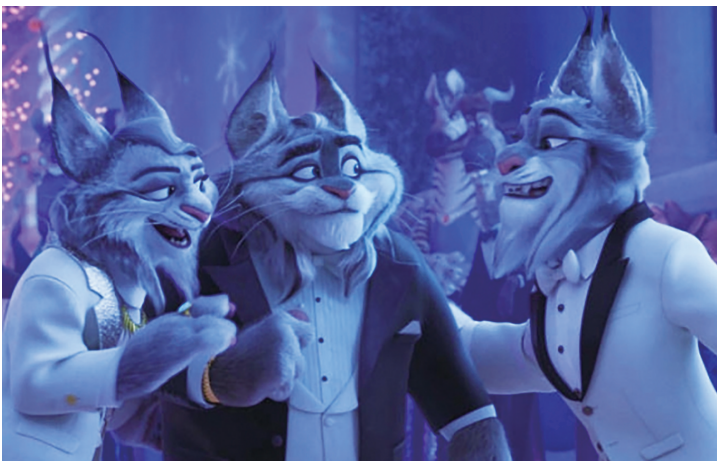
也收获众多观众期待。

“阿凡达”第三部定档12月19日,前两部国内票房累计超34亿,为第三部的表现奠定坚实基础,导演卡梅隆将与主创亮相第七届海南岛国际电影节首映礼,也显示出其对中国市场的重视与信心。而定档12月31日的《无名之辈:意义非凡》《匿杀》等影片,均靠前作口碑引发部分观众的“档期锁定”意愿。从10月到年末,众多电影佳作作为全年票房目标提供坚实支撑。

(中国电影报)



电影《日掛中天》剧照



电影《疯狂动物城2》剧照

《三国的星空第一部》：国产动画电影中的千年文物



设计参考
铜鉴缶 | 湖北省博物馆

铜鉴缶、汉代错银铜牛灯、战国时期组玉佩、彩绘凤鱼纹漆盂……近日热映的动画电影《三国的星空第一部》片尾有这样一串滚动的字幕,将电影制作所参考的近10件文物及馆藏单位一一列举,不仅传递出主创团队还原千年汉韵的匠心,更令银幕前的观众追本溯源,领略千年前的盛世景象。

国产动画电影《三国的星空第一部》于10月1日上映,该片以曹操为主线,生动再现了讨董卓、迎天子、战官渡等重大历史事件,为观众开启了一扇了解三国历史的新窗口。

据主创团队介绍,该片编剧易中天曾带队采风6次,实地走访汉魏洛阳故城遗址和湖北荆州、鄂州、咸宁等三国文化重镇等,累计参考应用博物馆资料100余家,场景设计借鉴众多出土文物。

令观众印象深刻的是,影片中曹操与袁绍吃饭博弈的这场戏——一面是汇聚四方珍馐的汉代盛宴,用鱼脍、貂炙等食材将“脍炙人口”等成语端于餐桌之上;一面是漆案、漆盘、耳杯、铜鉴缶、汲酒器、纹染炉等酒器、食器逐一亮相,将“折冲樽俎”的场面具象化。

器物不语,却道尽汉宴之礼、之技、之美。

影片中用于冰酒的铜鉴缶正是出自于湖北省博物馆馆藏曾侯乙铜鉴缶,它由外部的鉴、鉴内置的缶组成,是中国最早的“冰箱”。在鉴的内部放上缶,中间的空隙放

上冰块,可在祭祀和宴飨时冰镇酒。“以古为鉴”“击缶而歌”等成语亦由此衍生而来。

“影片出现器物尽可能参考出土文物,做到极尽严谨的基础之上,又能合理推测、大胆想象。”易中天说,影片在衣冠纹样、器物造型、地产风物等各方面严格考究史实。

影片中曹操所穿的“玄铁鳞甲”由超过2000片甲片编缀而成。湖北省博物馆金属文物修复师方晨说,曹操的“玄铁鳞甲”参考了汉代铁甲形制,黑色主调符合历史记载,甲片编缀方式也有文物依据。虽然甲片形制融合了不同时期特点,有适度的艺术化处理,但是甲片叠压方式、编缀的红绳外露等核心元素和细节都非常严谨,经得起推敲。

国庆中秋长假的湖北省博物馆人头攒动,展厅内的曾侯乙铜鉴缶迎来不间断的观众驻足欣赏。时下,跟着动画电影看文物、带着文物知识看电影,已成为青少年亲临博物馆的必修课。“我们乐于见到文博事业与文化产业‘双向奔赴’的热潮,它是博物馆增强社会影响力、获得可持续发展的不竭动力。”湖北省博物馆馆长张晓云说。

从湖北省博物馆到陕西历史博物馆,从洛阳古墓博物馆到长沙简牍博物馆……《三国的星空第一部》携手众多博物馆,让文物融入剧情,让后人汲取驰骋星空的力量。

(新华网)

把“共同富裕”的故事讲到海外

○侯鸿亮

前不久,电视剧《山海情》在国家广播电视总局相关国际传播项目推动下,在哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦热播,受众覆盖率达九成以上,再次引发相隔千里的异国土地上的人们共情。

《山海情》讲了一个“共同富裕”的故事。宁夏西海固地区人民在福建的对口援建下摆脱贫困,有明显的地域特色,是一篇从黄土黄沙中“长”出来的人民史诗。同时,它具有鲜明的现实主义风格,在影像风格上真实朴实,在叙事手法上以小见大,力求平实。

自播出以来,《山海情》不仅在北美、东南亚部分国家、西亚部分国家、非洲部分国家实现了跨文化语境的播映,更借助全球媒体平台扩展传播范围,以98%的观众好评率助推口碑传播。为更好地贴近不同的文化语境,该剧还完成了英语、法语、西班牙语、德语、韩语、老挝语、印尼语、阿拉伯语等多语种的译制工作。

作为主创团队,我们把“求真”作为创作的第一要务。这种真实,正是中国式现代化进程中的蓬勃生命力,感染了全球观众,让作品获得持久的传播力。

承蒙闽宁镇建设者、闽宁协作亲历者的嘱托,我们在接到《山海情》的创作任务后,做了近5个月的面对面采访、实地体验,终于发现,从土地里生长出来的就是故事,真实本身就足以打动人心。拍摄过程中,我们仿佛重走了一遍西海固人民的脱贫路,对他们手拉板车跨越百里的那股子干劲儿感同身受。在“地窝子”里置好的第一个家,戈壁滩上一寸寸开垦的耕地,水渠里的细流滋润了希望的种子,一根根竖起来的电线杆……每一步路,每一件事,我们都带着观众与剧中人物一起撸起袖子体验过。如此,祖国西北的壮丽晚霞,才能映照在剧中人物、剧内外主创

和屏幕外观众的脸上。

剧组的拍摄驻地就在闽宁镇,拍摄期间,工作人员跟当地居民一起下馆子、逛夜市,享受着丰富而便利的日常生活,被他们对家园的自豪感所感染。这是一座戈壁上建成的现代化城镇,当干沙滩真的变成了金沙滩,这比奇幻、玄幻剧的特效更为壮观,比超级英雄电影更为震撼。这种自豪感也属于每一位剧组工作人员,我们通过这部作品的创作,收获了一笔宝贵的精神财富,也希望将其传递出去。

因为在叙事中做到了“求真”,《山海情》在对外传播中拥有了天然的优势。无论在何时代、何种文化语境下,人们都面临着生存与发展的命题,西海固人民通过自己的脱贫经历,给出了一个共通的解法——心向美好,脚踏实地,用双手就能改变生活。《山海情》展现出朴素的唯物主义智慧,打通了不同的文化语境,熨帖着每一位观众的心灵。

无论是农耕文明还是游牧文化,不论农业、工业还是第三产业,社会的发展总会与土地产生连接。《山海情》回溯的就是这样一种与生俱来的、共通的基因。由此,《山海情》创作中的“求真”不仅是追求一种贴近真实的现实主义美学,更是对真理之“真”的靠近。

作为主旋律作品,《山海情》探讨的宏大命题,也是各国观众喜闻乐见的。人与人、人与社会、人与自然的关系,《山海情》都给出了有中国特色的、根植于中国式现代化进程的解法。通过集体协作实现共同富裕,既有人定胜天的主观能动性,又有“天人合一”的传统智慧。《山海情》恰好也为全球观众提供了解读中国智慧的范本,而不同语境下观众对文本的理解,又可以反哺我们的创作,提升我们的创作自信,鼓励我们继续讲好中国故事。