

# 贺岁档电影市场持续升温

■ 文白澜

挠的抗争精神。

影片品质的背后,离不开具备强劲票房号召力与专业创作水准的中国影人的加持,他们深受本土观众认可,形成了强大的市场吸引力。《得闲谨制》由演员肖战主演,他在过去多部影视作品中积累的良好口碑与深厚观众基础,成功转化为影片强劲的票房凝聚力,为影片成为贺岁档“黑马”奠定了坚实基础;而编剧兰晓龙作为经典战争剧《我的团长我的团》的创作者,为《得闲谨制》的故事质量提供了核心保障。

《内幕》则汇聚了郭富城、任达华、吴镇宇、方中信等多位“影帝”级演员,顶尖的阵容彰显了细腻精湛的演技与稳定的人物塑造能力;导演麦兆辉作为联合执导《无间道》《头文字D》等经典作品的资深影人,凭借丰富的创作经验与成熟的叙事技巧,为《内幕》的故事节奏、悬疑氛围把控保驾护航。《狂野时代》由易烊千玺、舒淇领衔主演,易烊千玺一人分饰五角,其此前在多部作品中塑造多元角色的成功经验,让观众对他的突破性表演充满期待;导演毕赣更是凭借该片斩获第78届戛纳电影节主竞赛单元特别奖,其独特的先锋创作风格也引发了艺术电影影迷的广泛关注与深度解读。

进口影片方面,同样表现亮眼,与国产影片形成良性互补,共同激活年末观影消费潜力。动画电影《疯狂动物城2》持续释放长尾效应,凭借其精良的制作、温暖的内核与强大的IP影响力,吸引了各年龄段观众走进影院,票房稳步增长;动画电影《鬼灭之刃:无限城篇 第一章 猪窝再袭》上映多日以来,排片保持稳定,票房持续稳步攀升;此外,好莱坞动作片等类型影片则填补了细分市场空白,与国产影片形成题材互补,共同构建起多元共存、齐头并进的健康市场生态。

## 《得闲谨制》火热引领观影热潮

作为本周贺岁档的最大亮点,《得闲谨制》的市场表现堪称惊艳,不仅票房成绩一路高歌猛进,更收获了全网超高热度与积极的观众反馈,实现了票房、热度与口碑的三重丰收,成为拉动年末观影消费的重要力量。

在市场表现方面,《得闲谨制》于12月6日周六上映首日,票房即成功突破1亿元大关,首周末两天累计票房更是高达1.69亿元。

在全网热度方面,《得闲谨制》成为话题焦点。周六当天,影片全网热搜上榜数量高达152个,累计登上热搜榜首10次;周日,“肖战得闲谨制登上新闻联播”这一话题登陆微博热搜,触达更广泛的受众群体。值得一提的是,影片相关话题在各大平台的榜时段均达到24小时,形成了强大的舆论声势,为票房增长提供了有力支撑。

观众反馈方面,《得闲谨制》收获众多积极评价。在小红书平台,众多博主自发分享影片的细节、伏笔及隐喻解析内容,这些深度解读帖单日收获近万次点赞与超1400条深度讨论跟帖。有观众留言表示:“《得闲谨制》太惊喜了!小人物的故事既好笑又好哭,看完心里满是感动。”还有观众评价道:“影片的镜头语言很有质感,群像塑造也很成功,每个角色都鲜活立体,能感受到创作者的用心……”

随着元旦档期日渐临近,年末电影市场的热度有望持续攀升。后续将有多部国产新片扎堆跨年档,与进口影片同台角逐市场份额。在“内容为王”的市场逻辑引领下,国产影片将持续领跑市场,推动中国电影市场以更强劲的态势打响年度收官之战,为电影产业的高质量发展注入不竭动力。



## 《赛德克·巴莱(上)》《赛德克·巴莱(下)》发布全新预告及海报

**本报讯** 近日,中国台湾抗日史诗电影《赛德克·巴莱(上)》《赛德克·巴莱(下)》发布预告及海报,宣布预售开启。

《赛德克·巴莱(上)》《赛德克·巴莱(下)》以粗犷“硬核”的镜头语言,真实展现了中国台湾人民所遭受的殖民压迫与奋起反抗的壮烈历程。日军殖民者在这片土地上,开始推行高压统治,肆意剥削资源,湮灭文明、折辱人民尊严,长期的压迫与屈辱,最终点燃了中国台湾同胞沉睡的血性,开始在绝境中反杀日寇。

预告中,随着莫那鲁道一句“行动吧”,蓄积已久的怒火轰然爆发,“雾社事件”的序幕就此拉开。三百勇士凭借对家园地形的了如指掌,对侵略者展开游击,更沿着峭壁将日军拖入溪流近身搏斗。他们以血肉之躯对抗枪炮,迸发出震人心魄的抗日力量。不少观众直言:“每一场战斗都让人揪心,那是真正的以命相搏!”这种极度真实的战争场面,不仅带来视觉上的震撼,更让许多观众感叹:“让我真正

认识到血淋淋的中国台湾抗日史!”一寸山河一寸血泪,映照的是中国台湾同胞誓死不屈的抗争足迹。这段历史,从来都是全体中华民族共同记忆里不可分割的一部分。

为了忠实还原这段属于中国台湾的抗日血泪史诗,《赛德克·巴莱(上)》《赛德克·巴莱(下)》在制作层面投注了极致的匠心。制作团队在中国台湾全岛28处地方取景,累计拍摄超过一万四千组镜头,特邀曾操刀《杀死比尔》《金陵十三钗》等电影的国际美术大师种田阳平从大到雾社街区的建筑形制、材质选用,小到屋内的器物摆设,都严格依据历史考据进行场景复原,致力于在银幕真实再现1930年雾社地区的风貌。这份不计成本的考究与打磨,被无数观众看在眼里,也转化成了银幕前最真实的感动:“看完电影去查资料才发现,电影好多细节都经得起推敲。”“这种良心制作实在太少见了!”

观众还被影片这份厚重感所击中:“看到了对先辈、对历史的敬畏!”



而在演员塑造上,所有主演都提前接受沉浸式的历史情境训练,从眼神到体态皆力求贴近当年中国台湾抗日志士的精神面貌。正是这份对历史的尊重和对细节的执着,让银幕上的每一帧画面都承载着历史的重量,也让这场中国台湾同胞抗日斗争显得格外真

动动人。

《赛德克·巴莱(上)》《赛德克·巴莱(下)》由果子电影有限公司出品,中国电影集团公司引进,中国电影产业集团股份有限公司发行。影片将于12月12日、12月13日在中国大陆接力献映。

(影子)

## 2025青葱校园行走进北京电影学院



善的部分。”

凭《牛皮》《不虚此行》斩获多项荣誉的编剧、导演刘伽茵曾作为剧本工坊导师参与第七届青葱计划。她表示,参加青葱计划可以得到全方位的锻炼,比如剧本工坊的培训非常细致、具体,“会把剧本打印出来,一场戏一场戏聊”。刘伽茵还提到,这个过程会让导演比之前更了解自己的故事,在之后实现的过程中更知道往哪里使劲,更坚定了创作的信心。

申瑜分享了《兔子暴力》的创作缘起,最初只是一个课堂作业成果,北京电影学院教授、著名导演谢飞鼓励她参加了青葱计划。她说:“当初并没有想到《兔子暴力》可以上院线,只是抱着去探索一下可能的想法。”申瑜认为,青葱计划是导演拿到行业“入场券”的一次机会,会被行业主流看到,也可能会有来自平台、其他一线导演的邀约,带来更多工作机会。

高朋来青葱之前,做了十几年广告导演,同时也写了十几年剧本。他称《老枪》是当时的最后一个剧本;来青葱之后,项目获得加持,变成“事推着人在走”。他也表示,青葱计划项目的成活率很高,原因之一是青葱计划导师们对创作者的保护。比如,之前

《老枪》换过一次出品方,作为新人导演其实是势单力薄的,但是青葱计划的老师帮他沟通,把项目及时“拯救”了出来。

董劫的长片首作《发现之旅》目前已经在后期制作中。他表示,进入青葱计划十强的导演可以获得两次短片拍摄机会,有资金帮助实现项目的一部分创意非常难得,一方面技能上熟能生巧,是很好的试错机会,另一方面对找投资也更有帮助。他还称,与同届青葱伙伴的相处营造出很好的创作氛围,这让自己成为一个创作群体中的一员,面对市场时,不再有孤军奋战的感觉。

从本届青葱计划的主题“我们需要电影”出发,嘉宾们也分享了自己对“当下观众需要什么样的电影”的看法。董劫和刘伽茵导演同时提到了电影的“身体性”,董劫说:“从某个时候开始,无论是艺术电影还是院线商业片,某种身体性的东西在被提及,比如之前的《铁》《某种物质》,到今年的《接近终点》《一战再战》和《FI:狂飙飞车》,都给观众提供了身体上的某种感受。”申瑜导演则表示,未来不同影像的边界会越来越模糊,可能性会越来越多。

(姬政鹏)

## 《疯狂动物城2》内地票房破30亿元 万达电影“五星服务”迎观影热潮

本报讯 11月底的武汉,夜晚微凉,寰映影城的一个影厅内,几只系着牵引绳的小狗安静地趴在座位旁,它们的主人一边注视着银幕上《疯狂动物城2》里奔跑的朱迪与尼克,一边轻抚着身边的“毛孩子”——这并非偶然的“特殊安排”,而是万达电影提供宠物友好服务的直营影城中,一个温暖而平常的夜晚。

上映12天即突破30亿元票房、超7400万人次观影,随着《疯狂动物城2》这部合家欢动画成为中国电影市场进口喜剧片票房冠军,一股观影热潮席卷全国。值得关注的是,吸引观众走进影院的,已不止于电影本身。

在《疯狂动物城2》中动物城居民跃然银幕的同时,万达电影旗下的直营影城在全国范围内展开的一系列主题运营,将视听消费延伸为可触摸、可参与的情感体验。

在南京,万达影城的大堂化身为迷你“动物城”。兔子、小浣熊等真实萌宠的亮相,不仅吸引孩子们驻足,也成为生动的自然科普现场,在全国各地的万达影城,“宠物友好厅”也在周末变得火热起来。“一直知道万达影城有宠物友好厅,但没想到带着‘毛孩子’来看《疯狂动物城2》,沉浸感会这么强。”一位携宠观影的观众说道。

更为丰富的互动,还得看全国各地万达影城“动物居民”的精彩演绎。朱迪与尼克的“狐兔组合”纷纷亮相,

技术升级直接带动了人气与消

费。据悉,该影城在主题活动日单日接待《疯狂动物城2》的观众超5000人次,现场同步销售影片衍生品,包括一度断货的万达电影独家“胡萝卜爆米花桶”也几乎售罄。

从上海五角场万达广场店因主题布景成为打卡地、票房连日登顶,到太原龙湖万达广场店用1200个魔方拼出主题墙吸引百人参与挑战,万达电影旗下直营影城的实践表明:观众对影院的期待,正在从“看一部电影”转向“度过一段值得回忆的时光”。

在文化消费持续迭代的今天,影院的竞争力愈发体现在其营造“可沉浸、可参与、可分享”场景的能力上。作为中国电影院线的标杆品牌,万达

影城始终以“五星级影城”标准引领行业升级,致力于为消费者打造全方位的高品质观影体验,值此观影热潮,其直营影城巧妙借势超级IP,通过“宠物友好”“亲子共创”“粉丝共鸣”和顶尖技术等服务,精准回应了观众需求的变迁。

未来,在万达电影“超级娱乐空间”战略的指引下,其直营影城将继续通过前沿视听技术升级、全链路服务标准化及沉浸式场景革新,构建从专业放映、精细化服务到无障碍观影设施落地、公益放映等社会责任实践深度融合的全场景服务体系,让每一场观影之旅都成为影城与观众双向奔赴的“五星”选择。

(姬政鹏)

