



今年国庆档有啥不一样？

文化观察

□ 本报记者 刘兰慧
本报通讯员 秦风婧

随着“双节”假期的结束，国庆档票房成就揭榜。据灯塔专业版数据，截至10月5日19时51分，2023年国庆档总票房（含预售）突破25亿元，《坚如磐石》《前任4：英年早婚》《志愿军：雄兵出击》暂居当前档期票房前三位。今年

国庆档上映的多部影片，涵盖了主旋律、喜剧、体育、犯罪、动作、动画等多种电影题材类型，满足不同层面观众的多样化观影需求。但与2019年国庆档票房（44.66亿元）相比，2023年国庆档电影缺乏一骑绝尘的爆款影片，据预测数据，仅《坚如磐石》单部电影累计票房有望超10亿元，总体来看，并未达到全民观影热潮。

影片题材类型多样

2023年国庆档不同于以往国庆档主旋律献礼片扎堆、类型同质化问题，呈现出“影片题材类型多样且具有另辟蹊径的类型表达”现象。主旋律电影历来被视为国庆档票房收入的重要来源和保障，但此论断于2022年国庆档爆冷后被重新审视。在2023年国庆档上映的多部影片中，仅有《志愿军：雄兵出击》为常规意义上的主旋律影片，但正如其总出品人傅若清在首映后现场分享所言，“这部影片实际上是三部曲的史诗级影片，它的呈现会有文献意义。”这也正是其在定位上与同题材影片《长津湖》的区别所在，后者

仅在描绘单一战争场面，前者则侧重于全景全貌还原。今年暑期档的《长安三万里》成功证明了全力还原史实的策略也有可能带来口碑与票房的双丰收。

《坚如磐石》与《莫斯科行动》均为犯罪类型题材，前者又融合了扫黑元素，一反正邪对立的常规叙事架构，着重呈现反派斗法，一句“钱上有权，官上还有官”耐人寻味；后者立足于老港片中的动作片类型，着眼于跨国大案的再现与侦破，着重于游走在黑白边缘的灰色人物瓦西里，以情动人，以警育人。影片《前任4：英年早婚》与《好像也没那么热血沸腾》同为喜剧片，但二者又存在题材差异，受众定位清晰，前者着重描写都市婚姻爱情，受众群体主要是“小镇青年”，后者以观照社会边缘群体为出发点，带来竞技体育的新表达——平等与快乐。

除暑期档以外，动画电影向来是偏居一隅的，但在今年的国庆档有五部动画电影上映，其中《汪汪队立大功大冒险电影2：超能大冒险》《贝肯熊：火星任务》更偏重于儿童向的动画观影，而《我是哪吒2之英雄归来》则是成人向动画，这给受众提供了更多元的选择。

纵观今年国庆档市场不难发现，影片类型虽呈现多元趋势，但影片选题均侧重于现实议题，与近些年来以《我不是药神》为首的票房爆款不无相关，也与暑期档热映的《消失的她》《孤注一掷》一脉相承，这是经由市场检验的、符合大众审美期待的创作趋势。

群像手法描写时代现象

资深电影人周传基说过：“电影是由光和声所形成的声画系统及其相对时空关系。”优秀的电影人往往借由电影在塑造时空中具有的优势来还原时代情境，讲述时代故事，呈现时代精神。在今年国庆档，受众跟随影片跨越了从新中国成立初期到改革开放、扫黑除恶时期乃至当下等不同时代，感受不同时代的社会风貌，其中一个极为突出的特点在于，影片中所呈现的人物角色并非单一或唯二的主人公，多采用塑造群像的手法来描写时代现象。

影片《志愿军：雄兵出击》中有历史真实人物的特型演员唐国强、刘劲饰演的国家领导人，也有演技派演员王砚辉、张颂文饰演的军队将领和外交官，还有新一代中青年演员朱亚文、肖央、张有浩等人饰演的技术专家、华人华侨和新兵战士，借由一个个鲜活的人物形象演绎全景式的宏大叙事，以正序时间线的方式完整呈现抗美援朝战争从开始到结束的全过程。其中包括多场关键战役，也有战场之外的时局动荡，充分展现了“武能以弱胜强，文能以理服人”的史诗级战争。

影片《坚如磐石》《莫斯科行动》中借由雷佳音、张国立、于和伟、刘德华、张涵予等明星饰演的角色实现多人对峙的情节展现，将黑白对立、恶人断杀进行了全景式的呈现，使影片更接地气且更耐人寻味。

即使是主要角色看似更为突出的《前任4：英年早婚》与《好像也没那么热血沸腾》，其中也不乏群像呈现，如前者宣传片《独立洒脱的前任女子图鉴》中所展现的诸多都市女性形象，借由韩庚饰演的男主角孟云相亲得以呈现。后者中的球队成员为7个心智障碍者，影片中均以不同的情节来展现他们各自的特点，引领观众更加尊重喜爱这些“心青年”。这背后蕴藏的底层逻辑是当代环境下，对年轻人婚恋观和少数边缘群体生存环境的刻画。

全流程IP化精准营销

在当下全民皆媒的时代，全媒体矩阵化营销必不可少，尤其在主要受众群体活跃的抖音和微博等平台更是影片宣发环节的重中之重。据灯塔专业版数据显示，《坚如磐石》自2020年发布正式预告以来，至上映后片尾曲mv上线，官方共策划了17个营销热点，其中首支预告片播放量近300万，“金五集团关系特辑”单支视频想看转化率高达4%，由此可见视频营销对影片票房的影响力。

自漫威、DC宇宙，“流浪地球”“我和我的”等系列大获成功后，影片全流程IP化逐渐蔓延开来，在今年国庆档电影市场中此现象尤为突出。《莫斯科行动》是“国家行动三部曲”继《湄公河行动》《红海行动》取得11.84亿元和21亿元票房后的又一力作。史诗级战争片《志愿军：雄兵出击》自筹备以来，便以打造《志愿军》三部曲全景式、多维度立体展现新中国立国之战为立足点。而最受这一卖点红利影响的则当数今年国庆档票房第二的《前任4：英年早婚》，该IP一度被称为“最佳国产爱情IP”，在《前任4》宣发过程中，又辅之以“陪观众走过十年”“‘《体面》告别’系列最佳”的营销话题，在预售环节即以287万想看人数与3000万元预售票房遥遥领先。

国庆档，受众时间充裕，观影热情高涨，向来被认为是继春节档、暑期档之后，全年体量第三大黄金档期，但通过灯塔数据对电影票房预测数据的一再下调可以看出，2023年国庆档折射出电影市场稳健恢复的业态局面，而非之前的全民观影热潮。究其原因，这与旅游市场火爆且遇上重大体育赛事不无相关，但追本溯源，市场遇冷关键在于影片预售时间晚及缺乏出圈的头部作品，电影市场发展任重而道远。

“倍速”

折射出的微妙文化心态

据解放日报，倍速播放是近几年视频网站新增的功能，用户可使用播放软件加快或减慢视频播放速率。在这一功能的催动下，人们迅速习惯了以更快的节奏观看视频。

调查中不少人表示，自己用倍速播放方式欣赏的，多是为了能在社交场合跟上他人的话题才看的流行作品。但倍速播放并不适合所有作品，如果作品本身带有意蕴丰富的镜头语言，那么在倍速下这些信息无疑会被损耗，原作本身的美感也会被破坏。显然，这部分倍速观看者将自身从观看中获得的愉悦放在了次要的地位，而将满足社交需求放在了主要的地位。这一行为折射的是当代人在社交场合的“表现焦虑”。

倍速播放功能的普及，和当下的人们对于“短平快”（短小、易懂、快节奏）的喜好不仅不再受到抑制，反而受到鼓励的趋向是一致的。这会对影视剧、视频节目的创作产生难以逆转的影响。其实，文艺作品的魅力之一是新鲜与陌生的体验。由于新鲜与陌生，它不符合受众日常的认识结构，因此需要受众花费更多的时间去理解，把握其“韵外之致”“味外之旨”。

让“反向旅游”的流量更持久

据光明日报客户端，中秋国庆假期，“反向旅游”继续受到青睐。旅游平台数据显示，景德镇、安吉、南阳、常州、佛山、淮安、延吉、揭阳、安图等小众目的地订单量均超过2019年国庆一倍以上。一些交通便捷、环境优质的非传统旅游城市在“双节”期间迎来客流高峰。

“反向旅游”主打远离人群、不打卡、不逛热门景点，近来已逐渐在年轻人当中成为一股潮流。挑选一座小众城市，放慢脚步深度融入当地生活，细品小城的人文魅力，这种轻松惬意又颇具性价比的旅行方式，契合了当下许多人对体验感的看重和对个性、品质的追求。在更多人走向“冷门”城市的背后，不断延伸完善的交通网络极大降低了人们的出行成本，日趋成熟的服务产业让小城市的旅游体验更加舒心，而社交媒体上快速发酵的口碑积累，也给昔日默默无闻的特色小城提供了被看见的机会。不论是改善配套设施，还是进一步提升消费环境，归根结底要用诚意照顾好游客的核心体验需求，才能让“反向旅游”的流量更持久。

跨界写作

给儿童文学带来了什么

据文学报，在近年来的中国儿童文学发展中，成人文学作家参与儿童文学创作已成为蔚为大观的一种现象，新作、佳作不断问世。这样的“跨界写作”打破了对作品的惯性思考，也为儿童文学创作注入一股新风。

“成人文学作家写儿童故事，其中存在着一个核心的核心，那就是顽固而珍贵的童年记忆。这种以童年记忆为核心的跨界写作，在经过了极为复杂的成人文学创作训练之后，必然带有新鲜的‘陌生感’。反过来说，儿童文学创作也会给成人文学作家的成人文学创作带来有益的补充和变化，包括形式上的和思想上的。”作家王秀梅说。

作家李浩认为，优质有效的跨界写作能带来诸多变化。“第一，技术上的新颖和独特，甚至某些‘带来’是全新的，是我们之前意识不到的，有时这种跨界带来的特别会变更原有文体的基本面目。第二，思考和思考向度的不同。任何一种规范性的文本，在行进到一定程度的时候都会有或深或浅的‘固化’倾向，无论这一固化是否出自我们的意愿；而不同文本、门类之间的跨界写作，会在某些方面尤其是思考向度上提供特别和不同，会对我们的惯性构成或深或浅的‘冲击’——这是活力，何等珍贵。”

（□记者 李梦馨 整理）



QINGDAO MULTINATIONALS SUMMIT
跨国公司领导人青岛峰会

聚商融智 合作共赢

第四届跨国公司领导人青岛峰会

开幕式今日举行

Meet to Create Global Business Success

THE FOURTH QINGDAO MULTINATIONALS SUMMIT

主办:中华人民共和国商务部 山东省人民政府
中国·青岛

大众报业集团(大众日报社)出版 国内统一连续出版物号:CN37-0001 邮发代号:23-1 社址:济南市历源大街2号 邮编:250014 电话查询:(0531)85196527 报价全月45.00元 零售价:3.00元 广告许可证:鲁工商广字第01001号 广告部电话:85196701/6708 开机4:10 印完6:45 大众华泰印务公司(大众日报印刷厂)印刷