

这个电影暑期档很“燃”！ “小人物”和好故事引领市场新突破

□张璟怡 许晓青

抗战题材影片《南京照相馆》票房突破28亿元，二维动画影片《浪浪山小妖怪》票房超13亿元，高能动作片《捕风追影》上映不到两周票房冲上7亿元关口……

2025年电影暑期档收官，总票房119.66亿元，观影人次3.21亿，丰富多元的影片供给收获持续好评。从“照相馆”的小邮差，到“浪浪山”的“草根”取经团，再到东极岛上的普通渔民，这个暑期的电影话题很“燃”，业内人士分析，众多“小人物”和好故事共同构筑了这一超强暑期档。

“小人物”支撑起家国大爱

8月下旬一个工作日的午后，上海市中心国泰电影院客流如织，已上映一个月有余的《南京照相馆》上座率依然很高。“暑期快结束了，我们是来二刷！”电影散场时，观众仍回味着片中场景，同时也从片尾彩蛋中，了解南京城今日的繁荣。

《南京照相馆》以一座照相馆和一群“小人物”的遭遇为线索，通过邮差、照相馆老板等普通人的视角，展现战争留下的创伤和中国人民对和平的向往。《东极岛》从中国渔民的无私救助出发，展现战火下的国际人道主义精神。“阿颢”“阿荡”等连姓氏都未提及的渔民主人公，带领观众“上岛”“入海”，身临其境感知过往。

来自灯塔专业版的分析认为，今年的电影暑期档涵盖了剧情、历史、喜剧等多样类型，而其中普遍的叙述共性就是摒弃宏大叙事，让观众“看见”时代中具体的个体。《南京照相馆》在票房和口碑上领跑，与影片独特的题材角度和个性化人物塑造紧密相关，进而引发观众强烈共鸣。

好故事和新技术双向赋能

不少网友夸赞今年电影暑期档，是过去一段时间来“最会讲故事”的一个暑期档。《浪浪山小妖怪》《捕风追影》

《长安的荔枝》《戏台》等，都在故事创作上花了大力气。“浪浪山”创造了大量具有想象力的“反差萌”桥段，“草根”取经团不安于庸俗的人生，出门前“猪妈妈”的唠叨，与“话痨”“社恐”的小伙伴团结合作等。《捕风追影》发布了多条短视频，知名演员在现场切磋演技，推敲故事悬念设置。

上海大学上海电影学院教授、上海电影评论学会会长刘海波认为，电影要获得观众认可，关键还是要讲好故事。他点赞《浪浪山小妖怪》中“小妖怪”在降妖除魔中找到了新的生命意义。

中国电影评论学会会长饶曙光说：“观众的眼睛是雪亮的，电影作品的质量至关重要，没有好质量，就没有好口碑和好票房。”

记者在走访中发现，好故事也是拥抱新技术的产物。《浪浪山小妖怪》将国产二维动画电影票房推上新高度，二维手绘动画本身也从传统纯手工绘制向电脑绘制屏和绘制笔“进化”，技术迭代让中华传统文化在大银幕上更加耀眼。《聊斋：兰若寺》则呈现了多则动画故事组合，不仅创新形式讲好传统故事，还巧妙展现了目前我国多种类型的动画生产技术及其业务布局。

《F1：狂飙飞车》和《捕风追影》等视觉先行影片通过流畅的叙事节奏和震撼的视听效果，让观众与角色“缝合”，

体现电影院观影的独特价值。

影游联动“链接”户外百业消费

“电影+文旅”融合模式“跟着电影去旅游”在暑期档持续深化。《浪浪山小妖怪》中古寺等建筑参考山西古建筑群落，带动当地旅游热潮；《南京照相馆》带动南京文旅消费增长，拍摄地上海影视乐园推出“在片场看电影”和沉浸式体验项目；各地文旅部门还推动“票根经济”，凭电影票享受旅游折扣或免门票优惠。

来自山东的中学生吴梓晨说，自己一直以来最爱看上海美术电影制片厂的动画片，因此和妈妈一起来上海旅游的“第一站”就选择到上海电影博物馆的上美影展区体验互动项目。

暑期档影片还通过“IP宇宙”构建、主创路演互动等方式，将观影体验从单一的视听消费扩展为多维度的文化体验及现场参与。IP全产业链运营成为行业新趋势。

据介绍，《浪浪山小妖怪》采取系统化开发策略，电影正式上映前，IP开发与产业衍生已全面铺开，上映首日，仅上海联和电影院线周边的衍生品销售额便突破700万元。《罗小黑战记2》以“单元剧+大电影”的开放式架构，不断引入新角色和新故事线，片方还通过打造“萌系”形象衍生品矩阵，形成创作和营销的良性循环。

据新华社上海9月1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韧不屈，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



暑期一起看电影 新华社发 王鹏 作