

“为一块屏,赴一座城”的启示



今年春节假期,不少年轻人追求CINITY LED影厅、IMAX GT影厅、杜比影院、4D影厅等特效影厅的极致观影体验,远赴另一座城市观看电影。在网络平台上,他们被称为“跨城观影特种兵”。

当下,“为一块屏,赴一座城”已成趋势。拓普咨询数据显示,2025年全国电影票房为518.32亿元,其中特效厅票房达126.7亿元,同比增长48.5%。现象和数据背后,是电影与科技、电影与文旅深度融合的全新探索,反映出人民群众对更高层次文化生活的追求,也对电影产业进一步提质增效提出了更高要求。

“一块屏”为观众提供更优质观影体验

这个春节,25岁的王佳意奔波于安徽省马鞍山市与江苏省南京市之间。大年初一,她自驾带着父母赶往南京,在南京百丽宫影城(国金中心店)观看了春节档影片《飞驰人生3》;大年初五,一家人又奔赴该影城观看了《星河入梦》。

之所以选择到南京观影,王佳意说,她追求的是CINITY LED厅带来的“极致视听享受”。“这里放映的影片都是4K48帧,画面的对比度比普通厅更强更亮眼,非常通透清晰。”王佳意说,南京的这块CINITY LED屏是离她最近的一块。在来南京之前,她已经看过一次《星河入梦》。二刷这部影片,她感到耳目一新,“像看了一部全新的电影”。

在粤港澳大湾区,生活在广东省广州市的年轻人肖兆龙也有类似体验。大年初一,他驱车一个半小时前往深圳中影国际影城(横岗荣德店)观看《飞驰人生3》,“此后,初三看了《夜王》,初六看了《星河入梦》和《镖人:风起大漠》”。

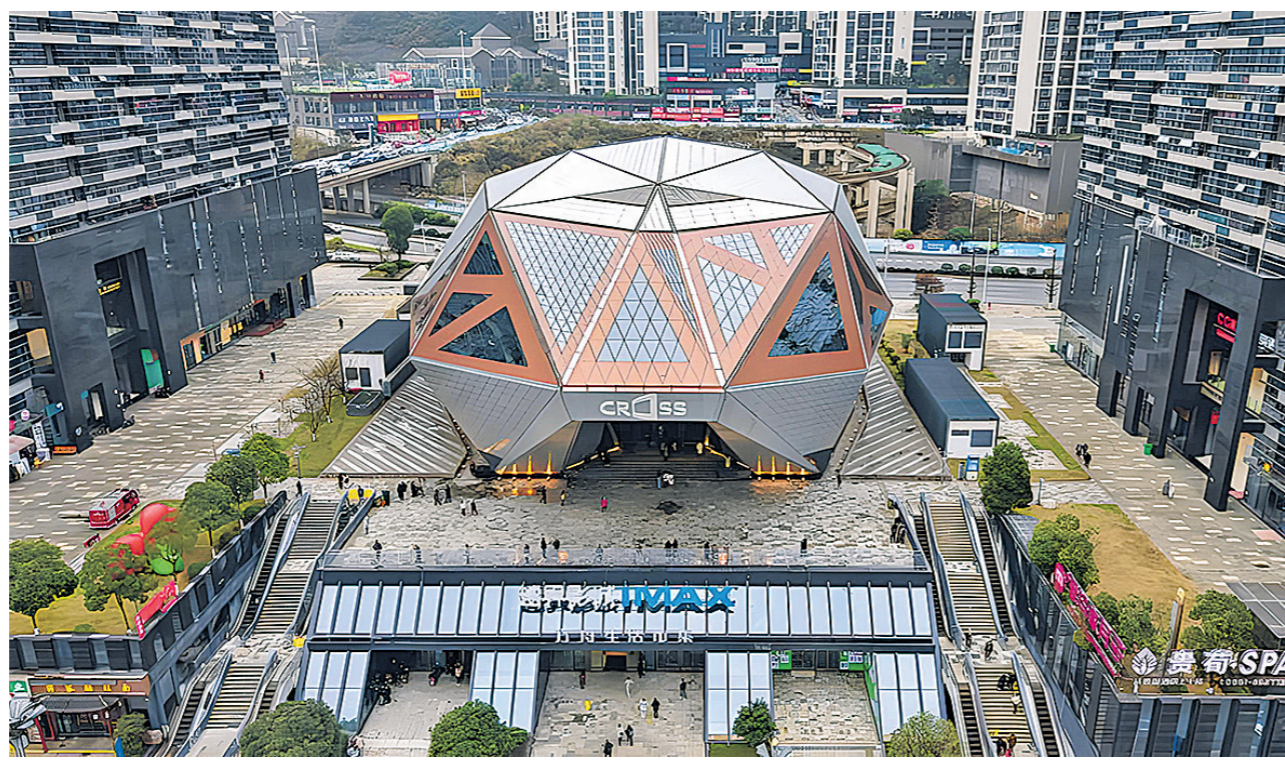
横岗荣德店吸引肖兆龙的同样是一块CINITY LED屏。为了这块屏,他常常会驱车从广州奔赴深圳。“我会一天连续看几部电影。一早赶过来,看到晚上吃点美食再回去。”肖兆龙说。

横岗荣德店经理刘茂杨介绍,影城的CINITY LED于2025年底投入运营,银幕宽23米,画幅巨大,同时也是一块透声屏,“声音是从银幕后方穿透过来的,会让观众的体验更立体、更沉浸”。

在横岗荣德店的CINITY LED厅,春节档影片肖兆龙感到最为震撼的是《星河入梦》。“有很多动作镜头,同时也是我喜欢的科幻题材,画质很流畅,色彩很艳丽。”他说,“我研究过,CINITY LED厅跟普通影厅,甚至其他特效影厅的区别,就像电视机与家用投影仪的区别。CINITY LED是自发光的,而传统的放映技术是靠投影的。投影的效果再好,放映过程中的亮度和色彩也会有衰减,所以CINITY LED带来的观影沉浸感会提升更多。”

横岗荣德店的CINITY LED厅大放异彩,始于2025年底上映的《阿凡达3》。刘茂杨介绍,该影城2025年全年票房在深圳票房排名第三十名,全国票房排名第737名。CINITY LED于去年12月18日焕新启幕,《阿凡达3》上映期间,影城在深圳的票房排名跃升至第十名,12月全国票房排名跃升至第266名。

“2025年12月,CINITY LED厅的票房占比达到了影城11个厅总票房的44.5%,来看电影的多是来自大湾区的年轻人。虽然特效厅票价比普通厅高一些,为了追求视听效果,他们也乐于接受。”刘茂杨说。



贵阳越界影城。

记者了解到,“为一块屏,赴一座城”的年轻观众不在少数。业内人士表示,当前,特效影厅已成为拉动影院效益增长的抓手,驱动行业向体验型消费升级。

“年轻人跨城观影的现象充分说明,尽管当前电影受到了短视频的冲击,但大银幕观影仍然具有小屏看片无法替代的沉浸感和仪式感。”中影集团副总经理卜树升说,“今天的观众尤其是年轻观众,已经不仅仅满足于普通的视听效果,而对观影体验有了更高的追求。”

“电影+”赋能文旅深度融合

大年初一,家住重庆市的夏女士和爱人一起自驾前往贵州省贵阳市。这一路走了5个多小时。他们的目的地是贵阳越界影城。

这不是夏女士第一次前往贵阳越界影城观影,上次是2025年春节档在这里观看《哪吒之魔童闹海》,“越界的IMAX GT厅跟普通的IMAX厅不太一样,是双机位投影,所以观看体验更好”。

这一次,夏女士和爱人一天内观看了《飞驰人生3》和《惊蛰无声》两部影片。“《飞驰人生3》的赛车场面非常刺激,《惊蛰无声》里有很多演员的特写镜头,超大银幕上的微表情都很清晰,非常耐人寻味。”

除了看电影,他们还在贵阳旅游,“去年来越界,感觉影城缺乏其他消费场景。今年这里增设了非遗体验馆、小吃店和奶茶店,看完电影来逛一逛、吃一吃,挺有意思的。”

走出影院,夏女士和爱人还品尝了当地特色烙锅、酸汤牛肉,逛了青岩古镇,去天河潭看了烟花秀,在青云市集吃了特色猪蹄。“看电影又不至于看电影,这一趟来得值。”夏女士说。

贵阳越界影城董事长陈开放介绍,该影城拥有全国最宽的IMAX GT银幕,影城的影响力辐射整个西南甚至更远的地区。2025年,外地影迷占比52%,周末能达到60%。

“看电影、吃美食、逛贵阳,一次出行,同时满足多种享受,顶级观影变成了高性价比的行程,才会有这么多人愿意千里迢迢过来。”陈开放说,“越界影城一定程度上带动了周边乃至贵阳的餐饮、住宿、交通消费增长。跟着电影去旅游、跟着电影品美食、跟着电影

赏非遗等‘电影+’业态增效显著,实现了影城与城市文旅双赢。”

春节假期,来自陕西省西安市的韩先生乘坐8小时高铁,赶赴冰雪地带的辽宁省沈阳市,为的是体验一把辽宁省科学技术馆万达影城的IMAX GT厅。在这里,韩先生一天之内连续观看了3部影片。“从上午10点开始,每场间隔只有20分钟左右。虽然有些疲惫,但观影的过程还是很开心。”韩先生说。

除了看电影,让韩先生感兴趣的还有沈阳特色文化。“感受下传统搓澡,再品尝特色鸡架,也是看电影之外的一种享受。”韩先生说。

该影城经理代占涛介绍,这里的IMAX GT激光影厅是全国唯一将商业IMAX GT厅与省级科技馆深度融合的创新项目,定位是“科普+文旅+商业”。“2025年我们的观众结构呈现出‘跨区域引流强、年龄覆盖广’的特点。其中外地观众占比超40%,18—35岁的年轻群体是主力。”代占涛说。

“随着居民收入提升,跨城观影逐渐成为了一种新型休闲方式。就像有人专门去外地看演出、看展览一样,一次行程实现多重体验,性价比和获得感都很高,这也是吸引他们奔赴而来的重要原因。”辽宁省科学技术协会副主席王一凡说。

国家电影局数据显示,2025年中国电影全产业链产值为8172.59亿元。其中,外溢产值达3390.95亿元,包括观影带动的餐饮、交通、零售、电影IP衍生品开发,电影拍摄基地和取景地旅游,电影主题乐园以及电影节展经济等。

影迷需求倒逼产业迭代升级

大年初三,位于四川省成都市繁华路段的成影新明电影院人头攒动。下午,《镖人:风起大漠》的路演在此举行,主创人员悉数到场与观众互动。在活动举办前3小时,影院周围的奶茶店、咖啡店就挤满了影迷。

成影新明电影院于2024年2月由春熙路迁址到一环路东一段重新开放,同时安装了西南地区第一块CINITY LED屏。当跨城观影渐成气候,该影院的经理赵信博思考的是如何通过提供更加优质、特色的服务,实现影院人气和收益持续增长。

走出直达影城的电梯,映入眼帘的是一幅巨大的易拉宝——“跟着大家看

电影”。赵信博介绍,为了丰富影迷的文化生活,成影新明电影院会定期邀请文学艺术界专家学者与影迷互动,“一般是在放映一些短片后做映后交流。活动受到了不少影迷的欢迎,拓展了影院的功能。”

此外,为了满足年龄稍长一些的影迷的需求,电影院还在CINITY LED厅做了修复影片的复刻。赵信博介绍,“复刻的影片大多是20世纪90年代的经典影片,比如《青蛇》等,大家都说我们的CINITY LED厅办出了特色。”

远在千里之外的黑龙江省哈尔滨市,拥有全国商业体最大IMAX银幕的哈东万达影城同样为影迷提供特色化服务——线上专属购票通道,并支持选座和改签;与哈尔滨景区餐饮推出“影票+景区”优惠套餐,持票根享景区餐饮折扣;常年提供行李打包、寄存、免费休息区及代叫快递等服务,解决观众“带着行李去观影”的实际问题……

不止于此,“哈尔滨旅游旺季是冬季,我们会在影城大堂免费提供姜枣茶等热饮,用最直接的温暖欢迎每一位远道而来的客人。这一系列服务措施,成为哈东万达影城吸引外地影迷、汇聚人气的法宝。”影城经理闫树超说。

特效影厅的长红,一方面在于提供特色化服务,另一方面也是最根本的,是要有适合特效影厅放映的影片。

“最受跨城观众喜爱的是视觉特效密集、叙事格局宏大的影片,主要集中在科幻片、动画片、奇幻片三大类。”闫树超说,“这些影片有三个明显共性:一是视觉呈现具有强冲击力,依靠顶级放映设备能更好还原创作初衷,比如《哪吒之魔童闹海》的东方神话特效、《阿凡达3》的外星景观;二是情感内核能够跨越年龄和地域引发共鸣;三是具有话题性和复购性,观众愿意为极致体验二刷、三刷,形成口碑传播,进一步带动跨城观影热潮。然而就目前来看,具备这些特质的国产影片还不够多,这就对创作者提出了更高的要求。”

跨城观影并不是行业发展的终极目标,更多观众希望能在自己家门口看到特效影厅放映的视效大片。

“这些需求倒逼电影行业增强内容创作能力,加快新技术研发和落地,推动产业迭代升级,积极回应群众呼声,为人民群众提供更加丰富和高质量的文化产品。”卜树升说。

刘阳

第十六届北京国际电影节将于4月16日开幕

第十六届北京国际电影节将于2026年4月16日至4月25日在北京举办。本届北京国际电影节将围绕“天坛奖”评奖、开幕式、北京展映、BJIFF核心论坛系列活动、北京市场、电影嘉年华、第33届大学生电影节、闭幕式暨颁奖典礼、“电影+”、北京电影节生活节等核心板块,推出一系列精彩纷呈的电影文化活动。

迈入第十六个年头,北京国际电影节将以更广阔的国际视野,搭建中国电影与世界对话的桥梁,集中展示全球多元电影文化,促进产

业资源高效对接,推动文明互鉴。不止于一场电影行业盛会,北京国际电影节更是一场人人可参与、处处有惊喜的全民电影嘉年华。光影为引,串联起观赏片、游园观展、文化体验等一系列丰富多元的活动,让电影走出影院、融入城市烟火。每一位在最美四月天奔赴北京的朋友,都能在踏青赏花、畅游古都的同时,沉浸式感受电影艺术的魅力,解锁可看、可玩、可感的一站式新体验。

肖扬

《熊猫奇遇记》:用镜头记录大熊猫完整生命历程



《熊猫奇遇记》海报。

影片《熊猫奇遇记》以六只年龄由小到大的熊猫为主角,系统讲述大熊猫诞生、成长、野化、放归、国际交流、“养老”生活的完整生命历程,既展现熊猫的萌趣可爱,也呈现中国在生物多样性保护和大熊猫科研领域的长期努力与专业成果。

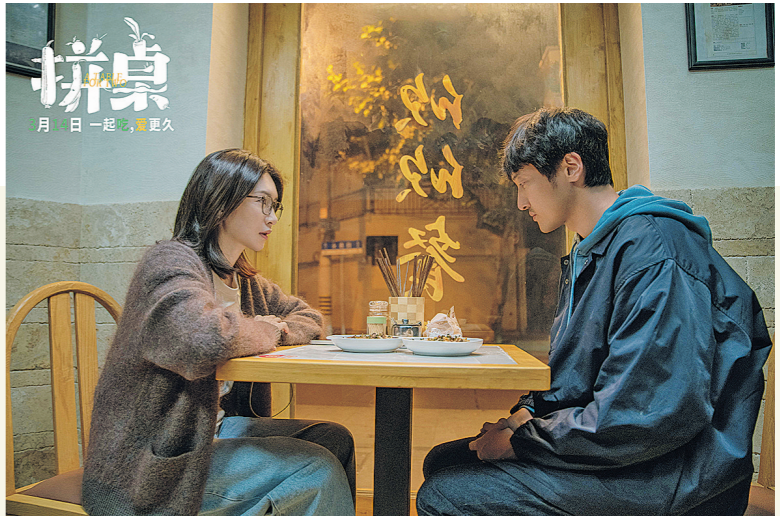
作为首次以电影方式对大熊猫进行全面系统梳理和深度观察研究的作品,影片在中国大熊猫保护研究中心专业指导下完成,全面涵盖大熊猫的演化历史、生物学特性、繁育保护、野化放归及国际交流等内容,填补了大熊猫题材电影的空白。影片特别邀请配音演员王凯担任旁白,以其温暖而克制的声线,为观众讲述熊

猫真实的生命故事。在保持科学严谨的前提下,让更多观众尤其是少年儿童,走进大熊猫的世界。

凭借独特的艺术价值与国际传播力,影片已先后入围第十五届北京国际电影节北京展映新片发布单元、第四届华语纪录电影大会国际传播类推荐影片,被“十四五”文化发展规划重大文化工程项目“国家影像典藏工程”永久收藏,获得第38届中国电影金鸡奖最佳纪录/科教片提名。该片由北京紫禁城影业有限责任公司、北京时间有限公司、北京广播电视台、四川广播电视台和四川卫视文化传播有限公司联合出品。

京言

《拼桌》:“饭饭之交”开启治愈之旅



《拼桌》海报。

由上影集团领衔出品,张律监制,陈浩担任制片人,吴靖担任编剧并执导,王传君、江疏影领衔主演的电影《拼桌》3月14日全国上映。由王传君饰演的陆拾谷对美食有着独到的见解,而由江疏影饰演的张嘉怡在吃饭这件事上则充满仪式感,两个人因为拼桌相识成为饭搭子,在一次次同频共振中滋养了彼此的默契与陪伴,开启了从“饭饭之交”到灵魂知己的治愈之旅。

在片方发布的“爱人爱己”版终极预告中,陆拾谷和张嘉怡拼桌吃饭,因为饭馆老板的结账乌龙而加上联系方式,并逐渐成为饭搭子。两人对美食的默契让张嘉怡开始审视自己习惯了妥协与将就的感情;而外婆与母亲的话更是启发了她勇敢正视自己的内心。就这样,两位寻求美食治愈的老吃家,在一餐一饭中滋养出了心照不宣的默契与依赖,一段建立在尊重与同频基础上的感情正在“文火慢炖”。

此外,李雪琴、郑云龙、傅首尔、刘佳的惊喜加盟也为电影带来

了关于爱的更多视角。李雪琴饰演的三三,前期对爱情避之不及,后期为爱内耗;郑云龙饰演的叶凡则习惯了用爱绑架恋人。傅首尔饰演的庞薇薇在清醒发言的背后又有怎样的故事?刘佳饰演的陆拾谷与陆拾谷的父亲又经历了怎样的过去?生动的生活写照,鲜活的烟火人间,关于爱与自我的探寻,在美食的鲜香麻辣中徐徐展开。

《拼桌》不是一部“大”电影,它没有大投资、大制作,它的切口很小,影片抓住了当下年轻人的共性,将视角聚焦在吃饭这件日常小事上,以美食为载体,讲述了陆拾谷和张嘉怡在一餐一饭中跟随味蕾选择心之所向的故事。无论是陆拾谷还是张嘉怡,都和现实中的大多数人一样,生活在平淡的人际关系和高压的职场环境中,美食成了治愈灵魂的主力军。制片方表示,希望能引导人们去感受生活里细腻的幸福,将对美好的探寻着眼于眼前具体的人、事、物上,用心体会烟火人间热气腾腾的幸福。

孙佳音

《觉醒年代》核心班底匠心打造 致敬峥嵘岁月 传承长征精神

重大革命历史题材电视剧《伟大的长征》杀青

为纪念中国工农红军长征胜利90周年,由中共北京市委宣传部精心策划并历经五年多的全力推动,中宣部文艺局、国家广播电视总局电视剧司全程指导的重大革命历史题材电视剧《伟大的长征》,历经近九个月拍摄顺利杀青。

作为继《觉醒年代》后又一部北京市委宣传部策划和推动的红色扛鼎之作,该剧以《觉醒年代》原班主创为核心班底,汇聚业内顶尖力量创作。

主创团队牢记传承红色基因、还原长征历史的使命,秉持“观照现实、以人带史、以史述史”的理念,以宏阔视野全景呈现一方面军、二方面军、四方面军、红二十五军、陕北红军等各路红军的长征风貌,再现党中央与红军在危局中实现命运转折,在逆境中坚定理想信念,在苦难中淬炼成钢的历程。主创团队注重历史真实与文化内涵相结合,精心打磨提升剧本,成功探

索了拍摄现场改进对白的共创模式,实现了宏大叙事和精准表达的有效融合;同时,以细腻的人文关怀塑造历史人物,还原长征风流人物的英雄气概、人生情怀和生命意志,客观立体地塑造对手形象,多维度深化历史叙事。

该剧以高标准技术拍摄,采用8.2K规格全套电影摄影及灯光器材、Qtake现场图像辅助系统,力求以当前最高配置的超高清视频技术,实现全画幅电影质感画面,为作品增添色彩。

作为首部全景式展现各路红军波澜壮阔的长征全过程的电视剧作品,该剧创作历经数年,仅剧本创作期间,团队就先后三次“重走长征路”采风,行程遍及长征沿线众多革命纪念馆和革命旧址,总行程近两万公里。主创团队与各地党史研究机构和红军后代展开交流和座谈,为后续创作积累了丰富材料;创作规模庞大,剧组峰值近两千人;总拍摄时间长达456天;近九个月辗

转浙、赣、闽、川等八省市取景,总行程超5000公里,历经五次大规模转场,全部场景搭建及使用逾700个。剧组全员以“长征精神拍长征”,盛夏顶高温战蚊虫打磨镜头,寒冬迎风雪抗严寒挑战雪山拍摄,攻克诸多拍摄难关,全力还原长征艰险与红军的钢铁意志。为贴合历史本真,剧组1:1复刻遵义会议会址、泸定桥等百余处重要场景,大到建筑格局,小到标语和军装补丁,均经严谨考据;服化道团队为数百位演员量身定制妆造服饰,兼顾多军种制式与多民族传统服饰,以细节诠释对历史的敬畏,用汗水与坚守致敬革命先辈,弘扬长征精神,打造鸿篇巨制。

目前,剧组已全面投入后期制作,将精益求精打磨每个环节,于2026年下半年纪念中国工农红军长征胜利90周年推出,为观众呈现高品质的献礼之作。

李夏至



《伟大的长征》海报。