



资料图片:2010年观众在中国电影博物馆排队看《阿凡达》

# 从《阿凡达》到《哪吒之魔童闹海》的变与不变 满足观众电影文化需求,永远在路上

■文高越

个展厅和对外公共活动及展示区域,拥有6个影厅,其中一个6号影厅全年免费放映公益电影,其他5个影厅放映院线电影。

2010年,影博春节黄金周的接待人次超过3万,其中观影人数为2.25万人,占总参观人数的75%,因为一部《阿凡达》,影博春节档的票房同比增长了20倍。

2025年春节档影博的院线电影放映场次为453场,同比增长45.7%,观影人次同比增长114.9%。从2025年1月29日春节档开启至3月14日,中国电影博物馆排映《哪吒2》257场,观影人次6.28万人次。2025年春节期间入馆人次为5.94万,同比增长14%,其中观影人次2.33万,观影人次占总参观人数的比例为39.2%。

以上,是一部影片给地处北京东北五环外、公共交通相对不便的中国电影博物馆带来的数字上的变化。同时也能窥见影博15年来的成长。从春节期间观影人次占比上看,15年前的影博人气几乎全是观影观众带来的,而今天的影博,通过观影、看展和丰富的电影文化活动供给,吸引了越来越多的观众前来参观,特别是四屏联动的中央圆厅已经成为“网红打卡地”,不再仅仅依靠“爆款”影片和放映厅才能“出圈”。

## 服务观众,初心不变

无论是15年前的《阿凡达》,还是当下的《哪吒2》上映期间的大人流,随之而来的接待压力和秩序维护,都给影博带来不小的挑战。在票房收入和观众满意度之间,影博最大程度满足观众需求的初心和使命从未改变。

首先是尽力满足广大观众的观影文化需求。《哪吒2》上映以来,因为绝佳的观影体验,影博IMAX GT影厅一票难求,为了满足广大观众的观影需求,影博连续两次增加《哪吒2》IMAX夜场放映,延时开放至晚上11:30,尽力满足更多观众的观影需求。

二是全力维护广大观众的权益。近期,影博发现网络上有加价倒卖影博IMAX厅《哪吒2》电影票的情况,此行为不仅严重扰乱正常的票务秩序,更损害了观众的切身利益。影博第一时间联系有关平台并向有关部门反映,同时向观众作出要在正规渠道购买电影票、不要随意晒“单”避免自身利益受损等重要提示,有效保证了广大观众的观影权益。同样,在《阿凡达》上映的2010年,因为一票难求,很多商业影院纷纷涨价,影博一直坚持低票价政策,保证观众权益最大化。

三是创造条件满足多样化观影需求。在《哪吒2》热映期间,除了IMAX影厅的夜场加映之外,影博还在普通数字影厅排映了《哪吒2》3D版本,满足不同年龄段、不同层次观众的多样化观影需求。在2010年《阿凡达》上映期间,为了满足更广泛的观众需求,影片上映两周后,影博花费7.5万元,向福克斯公司订购了中文配音声轨。当时对于引进电影来说,原声版的票房收入大概是中文版本的4到5倍,然而影博表示,要兼顾年轻观众之外的老人和儿童,将服务覆盖面尽量扩大,让他们也有机会享受到电影科技发展的成果。影博一直在为成为全龄友好博物馆而努力。

四是影博还为观众提供观影之

外的丰富电影文化供给。观众可以通过参观展览了解中国电影发展历程,博览电影科技。在影博,观众除了观看《哪吒2》,还可以在基本陈列展厅中看到《哪吒闹海》(1979年)设计手稿等珍贵藏品,在专题展厅可以欣赏到属于“国漫”的动态海报,丰富多元的电影文化活动,为广大观众带来更多的获得感与幸福感。影博除了展览展示之外,还举办光影课堂、主题沙龙和研讨活动,对重点影片和电影现象进行深入研究,深研电影历史,挖掘和传播优秀电影文化,持续为观众提供丰富的文化供给。

## 期待更多“必看”的优秀作品

在3D技术刚刚兴起的2010年,吸引观众关注的更多的是CGI和3D技术打造的视听盛宴,色彩绚丽又神秘莫测的潘多拉星球,满足了观众对视听奇观的极致体验。《哪吒2》上映的今天,3D版本的《哪吒2》并没有得到特殊的关注和追捧。观众在意的更多是为剧情服务的影片细节,有观众在小红书分享了在影博IMAX影厅观影后的感受:“虽然已经是多次刷,仍然被剧情深深吸引,散光眼角的皱纹,海底妖兽的鳞片,宝莲灯的光晕,都纤毫毕现。”这不仅仅是物理意义上的视听震撼,还有更深层次的心灵震撼。有观众表示,在大尺寸银幕上看到哪吒肉身撕裂的细节时,忍不住流下眼泪,这种感受是在普通银幕上感受不到的。这段耗时一年,用120个镜头制作而成的桥段,也因为大银幕的加持,得以让观众有更加深切的体会和感动。这也体现出,《哪吒2》对中华优秀传统文化的现代化表达和底层的故事内核是吸引观众多次观影的关键所在。无论是15年前观众对《阿凡达》视听奇观的追逐,还是当下对《哪吒2》匠心细节的触动,都体现了广大观众对电影作品质量和观影体验越来越极致的要求。

灯塔研究院2024年度电影观众调查报告指出,当下的观众线上“刷短视频”的频率日益上升,线下娱乐消费频率整体降低。在观众文化消费趋于理性,多种媒介激烈竞争抢夺观众的大环境下,让观众走进影院越来越难,电影从业者观出要在正规渠道购买电影票、不要随意晒“单”避免自身利益受损等重要提示,有效保证了广大观众的观影权益。同样,在《阿凡达》上映的2010年,因为一票难求,很多商业影院纷纷涨价,影博一直坚持低票价政策,保证观众权益最大化。

同样,中国电影博物馆作为提供电影文化服务的主体和场馆,在设备设施、放映环境等硬件上,在深耕电影文化内涵,提升电影文化产品的质量与丰富度等软件上,在最大程度满足广大观众的电影文化需求上,任重道远。影博与观众一起,期待更多“必看”的优秀作品,迎接中国电影的美好未来。

(作者为中国电影博物馆研究部主任、电影史研究所所长、副研究员)

# 高规格影厅助推《哪吒2》 长线发力成票房“千里马”

■文/本报记者 鲍文娴



自《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)在国内上映逾一个半月以来,影片每日票房持续可观,在春节档退潮后的多个周末依然坐拥日票房60%至87%的高占比,持续热映一次次突破原先预期,展现出超凡后劲。与此同时,纵览全国影院票房榜,不难发现自今年春节档起,配备高规格银幕的影院始终牢牢占据领先地位,其中《哪吒2》在这些影院的票房占比甚至在上周依然超过90%。影片本身杰出的视觉特效与高科技影厅的顶尖放映效果相得益彰,碰撞出惊人的票房号召力。《哪吒2》犹如一匹“千里马”,而高规格银幕恰似与它最契合的精美马鞍,承载着大众对中国电影的热爱奔腾向前,气势磅礴、稳健非常。

今年,在《哪吒2》的助推下,观众对于配置了高规格银幕的科技影厅有了更深层次的认识与关注。激光IMAX及IMAX GT、CINITY及CINITY LED、杜比影院、LUXE激光巨幕、CGS中国巨幕等高科技银幕,正为影院与观众提供更加多元的观影选择。其中,IMAX GT影厅与CINITY LED影厅被认为是视觉效果“天花板”级银幕,此次《哪吒2》在这些影厅的出色表现可谓叫好又叫座,精良特效得到了最大程度的呈现。

猫眼专业版数据显示,《哪吒2》特效厅(IMAX、CINITY、杜比影院、中国巨幕)总票房超过13亿元,其中IMAX版本票房近11亿元,CINITY版本票房超过1.4亿元。

贵阳越界影城凭借IMAX GT影厅热映《哪吒2》高居一个月以来的全国影院票房榜首,其他高科技影院也不遑多让。3月12日,辽宁省科学技术馆万达影城IMAX GT激光影厅正式启幕,首场《哪吒2》放映596个位置座无虚席;638平方米的超大IMAX GT银幕再次刷新国内银幕尺寸纪录,仅放映《哪吒2》一部影片便使该影城自开业起每日稳居全国影院票房榜前三。东莞万达影城(华南MALL-IMAXGT激光店)、北京中国电影博物馆影院、哈尔滨万达影城(哈东万达IMAXGT双激光店),也都是近期全国日票房榜前十

名的常驻选手。《哪吒2》对此功不可没,例如贵阳越界影城在上周六(3月15日)的《哪吒2》排片占比48.1%,而该日影城高达97.3%的票房都属于《哪吒2》;北京中国电影博物馆影院在上周六的《哪吒2》排片占比44.4%而票房占92.8%;东莞万达影城(华南MALL-IMAXGT激光店)当日更是以38.6%的《哪吒2》排片撬动了95.8%的票房占比;而哈尔滨万达影城(哈东万达IMAXGT双激光店)则更“夸张”,《哪吒2》仅用37.1%的排片创造了该影城当日95.7%的票房。这一天,《哪吒2》全国影院票房的前五名悉数由拥有IMAX GT影厅的影院包揽,足见国产视效大片与高科技影院互相成就之势。

中国电影股份有限公司发布的2025年CINITY春节档数据显示,全国CINITY影厅票房同比春节档上涨82.6%,观影人次上涨80.2%,场均人次上涨73.3%;CINITY影厅在规模通常为普通影厅两倍(场均107人次)的情况下依然能保持如此高上座率,足以说明观众对CINITY影厅的特别青睐。此次春节档六部影片均制作并供应了CINITY LED专属制版,在互联网社交平台上搜索“CINITY LED”,充满了影迷们对《哪吒2》的特别好评。相较于激光IMAX GT厅超大银幕与超高对比度带来的壮观震撼与沉浸感,CINITY则是高帧率“卷王”,120帧结合4K与3D,让《哪吒2》中的打斗戏丝滑至极,动作的美感、力量感与画面张力“拉满”;CINITY LED屏更是以“爆表”的亮度与更高的色彩动态范围深受追捧,LED自发光大屏呈现的画面较投影要更加绚丽,毫无“灰蒙蒙”之感,画面细节如放在显微镜下般清晰呈现。“亮到能看清散丙鳞片反光”“看CINITY LED才惊觉原来穿心咒不是无色透明针,是五彩斑斓带折射的透明针”“七彩宝莲晶莹透亮折得我神魂颠倒”……网友们的真切赞叹不绝于耳,证明了CINITY LED屏的科技力量在《哪吒2》画面细节呈现方面无可替代。栩栩欲活、宛然如生,《哪吒2》鲜活生动的人物形象不仅依赖丰满立体的

剧本,也得益于高规格银幕的精准呈现;看清散光若隐若现的小雀斑、注意到殷夫人炼化成仙丹上的小孔、看到太乙真人坐骑那晶莹剔透的猪尾巴,这些皮肤质感与细节如此真实动人,让人们愿意相信银幕那一方有一个美好又波澜壮阔的真实世界。在高规格银幕中,《哪吒2》的画面细节,终于毫无遗漏地纤毫毕现。

“爆发的亮度在最后决战的时候,对气氛的渲染、情绪的高潮推动简直是‘绝杀’,只能说(和普通屏幕)不是一种东西、完完全全不是一种东西。”网友如是感慨。不少影迷为在高规格大银幕上观看《哪吒2》,自发开启“特种兵式观影”,互联网上众多影迷互相交换心得,讨论前往哪个城市的高科技特效厅观影高铁票更值更近、顺便还能去旅个游。过去,人们往往对银幕类型与规格概念模糊,《哪吒2》的热映则让更多人开始关心银幕标准,关注其差别,懂得根据影片选择更合适的放映环境。这不仅提升了公众对于电影审美与专业性的追求,也在无形中推动了中国电影工业的转型升级。对于影院而言,不同类型影片都需匹配合适的银幕与影厅,而视效大片与高规格影厅的契合度尤为突出,不仅能够最大程度彰显创作者的匠心,也能保障观众的观影体验和视力健康。专业人士表示,未来,影院更应以人民的审美体验为出发点,不断提升银幕质量,实现科技与艺术的完美融合。

电影银幕宛如一扇窗,为观众开启超越日常生活的美丽世界,带来身临其境的奇妙体验。值此新时代,广大观众的审美追求日益提高,好的电影内容离不开科技加持。习近平总书记强调:“探索文化和科技融合的有效机制,实现文化资源数字化赋能、信息化转型,把文化资源优势转化为文化发展优势。”《哪吒2》与高规格银幕联袂谱写了今年春节档悠长又动人的余韵,为电影行业树立了新的风尚。展望未来,我们期待更多优秀国产影片与高规格银幕互相成就,共同开创中国电影更辉煌的明天。



中国电影博物馆IMAX GT激光影厅

## 一部影片与一座博物馆

中国电影博物馆作为全世界规模最大的电影专业博物馆,设有21