

当去电影院不止于看电影

本报记者 苗 春

傍晚时分，北京天桥演艺区灯火初上。首都电影院中华店刚刚升级的影厅里，华夏电影·焕影岛4K LED透声巨幕正在播放预告片，画面亮度均匀、色彩饱满。首都电影院副总经理于超介绍，LED屏是自发光光源，清晰度、亮度、色彩都比投影式放映好，透声屏又解决了上一代产品声音无法穿越屏体的问题，“这个影厅还配套全新演艺舞台和多场景灯光系统，未来不仅可以用于电影放映，还将进一步举办舞台演出、文化沙龙、影院直播、主题展映等活动”。

其实，近年来，不少影院举办舞台演出、图书沙龙，进行赛事直播、文创售卖，甚至开起餐饮类的火锅店，这些“电影+”探索，正在全国展开。

今年2月12日，国家电影局、中央广播电视总台在北京启动“2026电影经济促进年”，16个城市入选“电影+”消费综合试点。7月3日，国家电影局与市场监管总局联合发布《关于促进电影院多样化经营 繁荣发展电影院文化的通知》，提出推动影院向集观影、社交、娱乐、消费于一体的综合性文化体验空间转型。

中国社会科学院视听文旅研究中心主任冷凇认为，半年多以来，“电影+”融合发展已经从概念进入产业实践，“电影从单一的银幕内容产品，升级为牵引多元消费的文化引擎”。

一张电影票，如何连接更多消费场景

“电影经济促进年”启动后，“跟着电影去旅游”“跟着电影品美食”“跟着电影赏非遗”“跟着电影逛市集”等活动陆续展开。一张电影票，开始与餐饮、购物、交通、文创等消费场景联结，一些影院引入高品质餐饮、咖啡书吧、文创零售、AI体验等业态。

在于超看来，相关文件中提到的业态方向和融合方式，都是他们这些年一直在尝试的，“说明这个方向得到认可”，“现在单一业务没有足够吸引力，需要大家抱团，给社会创造更多综合性的消费场景。”他说。

政策也在转化为消费端的实际优惠。北京、海南、四川、内蒙古等地纷纷投放数百万元到数千万元不等的夏季惠民观影补贴或电影消费券，有的凭票根还可叠加享受加油、百货、餐饮、免税店等优惠。惠民举措叠加优质片源，拉低了观影门槛，今年暑期档平均电影票价创近5年来暑期档最低。根据猫眼专业版数据，截至8月19日，2026年暑期档电影票房已突破107亿元，放映3465万场，观影人次达2.92亿。

冷凇将“电影+”带来的变化概括为



日前，中国铁路哈尔滨局集团有限公司开行“悠享龙江”电影主题列车——哈尔滨西开往上海的Z204次列车，旅客们可以坐在电影主题车厢里观看影片，体验电影配音秀。图为小旅客与列车工作人员互动。唐守弘摄（人民图片）

当下公安题材剧集产能持续提升，特警题材大多走硬核高燃的强类型路线。正在CCTV-1黄金档和腾讯视频播出的剧集《藏锋》却另辟蹊径。该剧改编自公安作家吕铮的同名小说，有别于传统涉案剧强情节驱动的做法，以从事宣传工作的民警空降特警队伍的独特视角，在文武兼擅、刚柔并济的叙事中，诠释了“藏锋”二字承载的职业信仰与人生哲思。

故事开篇并无预想中的惊心动魄。市公安局宣传处副处长谭彦一心盼着升任正处，却因故失利，被调往特警支队担任政委。一边是习惯跟宣传材料和讲话稿打交道的“笔杆子”，一边是摸惯“枪杆子”、眼里容不下半分虚浮的特警队员，层层反差和隔膜构成了角色磨合过程中的戏剧张力。

过往特警题材多聚焦一线队员的单兵攻坚，靠惊险案件与动作场面抓住观众。《藏锋》却以“文”与“武”的碰撞为核心，展现公安队伍不同岗位的生态差异与协作逻辑，让公安职业的多元面貌更显立体。

剧集富有浓厚的生活质感与喜喜剧色彩。观众最先看到的，是讲话稿被风吹上树的窘迫，是职场寒暄里的微妙分寸，是队员间带着烟火气的日常斗嘴。涉案剧全程紧绷的固有调性被打破，严肃题材多了几分松弛感。

但轻松的表达，并未削弱职业的厚



3个方面：电影消费边界被打开，观众产生了线下打卡、场景消费等延伸需求，电影行业、地方和消费者获得新的连接。而下一阶段需要攻克的核心命题，他认为是从“物理拼接”走向“化学融合”。

一家电影院，如何找到自己新的空间

“每家影院的软硬件条件、目标客群和商业环境都不一样，在探索多样化经营时，具体策略和执行细节奉行‘一店一策’。”于超说。首都电影院旗下目前有9家影院，“电影+”的具体方向各不相同。

首都电影院中华店的方向是“演艺+”。结合位置特点，这家店未来将通过“京剧电影工程”影片展映、戏剧电影展映等活动，引入更多舞台演出、文化沙龙等，逐步打造成演艺主题影城。

西单店则更多面向商业中心的年轻客群。维也纳新年音乐会、美泉宫夏季音乐会直播，《王者荣耀》《第五人格》等电竞赛事转播已成为这里的常态。体育赛事直播也很受欢迎，2024年巴黎奥运会直播和今年美加墨世界杯直播都吸引了不少观众。比如今年世界杯的直播，

参与观众随着比赛进程越来越多，淘汰赛阶段已接近满场，进行决赛直播的影厅上座率100%。今年“520”期间，西单店还联合合作方定制了情景剧《西单爱情故事》。

此外，首都电影院城市副中心店瞄准家庭客群，常态化开展儿童剧、惠民演出和“研学+科普+观影”活动，首都电影院自主发行影片《登月（第一部）》时，就在这里配套开展了航天知识研学，邀请北京航空航天大学老师为观众做讲解。广安门店侧重服务周边社区，针对老年居民较多的特点，推出银发优惠场，并提供饮用水、帮写票根等助老服务；金融街店则主打商务客群，VIP家庭包场成为常态。于超说，希望以这些有代表性的活动，“为影院开辟新赛道”。

这些探索并非首都电影院独有。北京耀莱成龙影城五棵松店推出巨幕沉浸式影游空间“Mirra奇镜派对融合厅”，集电影、游戏、演出、餐饮于一体，非票房收入预计占全年收入20%—25%；西安M1电影城堡与陕西儿童艺术剧院合作，将影厅变为亲子剧场，带动周边文创、零售显著增长；广州青宫电影城在世界杯期间推出“早茶看球套餐”，盘活早场时段；湖南株洲职工影院放映科普电影，结合趣味科学实验，让孩子们与青年科学家面对面，影院、家长、孩子皆大欢喜。

影院的边界正在一点点被打开，于超表示，下一步首都电影院也将开办简餐。他认为，“电影院做的任何事，都应该是在电影文化基础上的延伸，要跟电影文化相关联，而且创新一定要关注主责、主业，放映方面要进一步提升。”

影院之外，电影与城市消费的连接也

一座城市，如何接住电影带来的流量

影院之外，电影与城市消费的连接也

越来越紧密。“跟着电影去旅游”成为今年电影消费的重要场景。中国旅游协会秘书长葛磊分析表示，整个旅游业正在以影视化思维重塑自身。

冷凇观察发现，“电影+文旅”已经跳出过去“影片火了之后再打卡取景地”的模式，呈现前置化联动、沉浸式体验、档期与地域深度绑定、中小城市参与度提升等新特点。

今年暑期档，这种联动更加明显。革命历史题材影片《四渡》在贵州32处取景地实景拍摄，贵州同步推出影旅联动政策，省外观众凭票根可享一次省内国有A级旅游景区免门票优惠；动画电影《八仙！》票房不断攀升，带火四川青城山、山西运城永乐宫和山东蓬莱的多处景点；《给阿嬷的情书》在海内外放映取得佳绩，带动潮汕侨乡迎来更多中外游客，据报道，新加坡飞往广东揭阳潮汕国际机场的机票预订量同比增长超过20%。

各地也在主动把电影热度对接到城市消费。上海结合国际咖啡文化节，在全市73家影院开展“咖啡电影碰头月”活动，观众凭电影票根可在合作门店享专属折扣；重庆依托近10年来500多部影片的取景资源打造主题旅游线路；海南将电影消费券与机票优惠联动。

在冷凇看来，电影带来的游客只是开始，“‘流量’是短期游客的涌入，‘留量’才是把一时的热度转化为稳定到访、重复消费乃至形成城市文化品牌”。他认为，要实现“流量”到“留量”的转化，需要找到影片叙事与地方文化的契合点，补齐基础设施和配套服务，建立长效运营机制，同时保护本土生活生态。

于超认为，影院转型的最终目的，是打造消费场景、融合新业态、提高空间利用率、吸引不同客群。冷凇则希望“电影不止发生在影院黑暗的放映厅，而是真正融入大众的日常生活”。从春节档到五一档再到暑期档，“电影+”正在拓展电影的价值边界，截至8月19日，2026年电影全产业链产值已超过4100亿元。

深观察

而是让他在一次次直面生死的任务里淬炼，在特警队伍的感染下慢慢蜕变，从只盯着个人升迁，到对局长说出“带好这支队伍比让您满意更重要”，他的逐渐转变真实而有分量。剧中的每个人物都带着“毛边”，各有日常的烦恼与软肋，却在危难关头不约而同挺身而出，他们身上的职业微光，恰是对公安队伍最动人的诠释。

“藏锋”二字，是贯穿全剧的精神内核。于角色个人而言，藏锋是收起追名逐利的浮躁，把争强好胜的野心沉淀为踏实担当的定力；于特警职业属性而言，藏锋是平日隐于生活、默默沉潜，危急时刻果敢亮剑、守护一方平安。这份藏与露的辩证，既饱含东方处世智慧，也道出人民警察的职业底色：真正的锋芒，从不在高光时刻的张扬，而是在日复一日的平凡坚守里，在每一次舍我其谁的行动中。

当下更流行快节奏爽剧，《藏锋》沉下心写人、写生活，剥离英雄的滤镜，将他们的真实成长与细腻日常娓娓道来，体现出与众不同的品格。它讲的是警察的职业故事，也回应了更普遍的人生命题：如何在各种环境中沉潜自守，如何在个人得失与责任担当之间做出应有的选择。这份蕴含，正是这部作品藏于平凡叙事之下、生活肌理之中动人心魄的锋芒。

微短剧《无名者之光》以上世纪三四十年代的上海隐蔽战线为背景，讲述无名英雄在至暗时刻坚守信仰、传递火种的故事，上线后话题度破亿，在红果站内拿下9.6的评分，并登上多个热播榜单。我从业几十年，参与过不少红色题材的创作，但都是横屏的电影和电视剧，对竖屏短剧没有太多了解。当下的传播媒介正在经历深刻变革，主旋律内容需要找到更多通往年轻观众的路径，而竖屏短剧正是一扇新的门。我们老一代文艺工作者，有责任去做这件事——这不只是一次新的尝试，更是一份沉甸甸的使命。

我在剧中扮演“爷叔”徐继舟这个角色，在读剧本的时候就被他深深打动。他身上有一种中国式英雄的气质——不是个人英雄主义的张扬，而是一种深沉的托举。在剧中，他把男主角陈卓群引上革命道路，把女主角林晚唤醒，把一份当地部分中国共产党党员的名单送到该去的地方，然后把所有的危险扛在自己肩上，从容走向生命的终点。

这个人物是在乱世里摸爬滚打了几十年的老上海，懂得人情世故，知道如何在各方势力之间周旋。他也不是一个符号化的“革命导师”，而是一个有智慧、有温度的长辈。与此同时，他又是一个有着坚定信仰的中国共产党党员，在关键时刻可以毫不犹豫地把生命交出去。

如何塑造这样一个人物？我的方法是：让信仰沉到内心最深处。日常戏份里，他和陈卓群相处时就像一个操心晚辈的叔父，带点市井气，眼神里是长辈对晚辈的关切。但到了关键时刻，比如他被关在审讯室审讯拷打那场戏，所有日常的温度都收起来，露出底下那层不可撼动的坚定。这种转换越安静，力量就越大。

这次创作最让我感慨的，是剧组里形成的那股相互滋养的能量。我和唐国强、侯天来、冯雷这些老搭档再度合作，默契自不必说，但短剧的拍摄节奏确实给我们提出了新课题。长剧可以慢慢铺陈，但微短剧节奏极快，没有时间让我们一层层铺垫情绪，这就要求我们的每一个眼神、停顿、呼吸都必须充分地传递信息，一击即中。短剧的“短”，不是降低对表演的要求，而是把表演浓缩到更精准的程度。

刘萧旭、兰岚等年轻演员给摄制组带来完全不同的能量。他们对竖屏的镜头语言、叙事节奏更为敏感，知道什么样的表达方式更贴近同龄观众。这种来自年轻视角的反馈，对我们来说是宝贵的补充。所以这次合作不是前辈在“教”后辈，而是两代人在共同完成作品。他们从我们身上汲取表演经验，我们从他们身上感受时代的脉搏和新的表达可能。戏里是信仰的接力，戏外是艺术的互补。两种力量真正融合在一起，传承就不是一个空洞的词，而是一件正在片场真实发生的事。

那些在黑暗中举起火把的人，他们的火种从未熄灭——戏里从陈秉谦传到徐爷叔，从徐爷叔传到陈卓群，从陈卓群传到林晚；戏外，从上一代演员传到下一代。能把这份传承接住并且传下去，是我参与这部剧最珍贵的收获。

从大银幕到如今的新媒体小屏幕，时代在变，媒介在变，但文艺工作者培根铸魂、创作精品 的责任没有变。无论屏幕大小，真诚永远是最朴素的创作法则，也是最有力的表达方式。好故事不分长短，好角色自带分量。

（作者系《无名者之光》艺术总监、演员）



《无名者之光》海报。出品方供图

“童声里的中国”举行集中展演

据新华社电（杨湛菲）2026年“童声里的中国”全国少年儿童歌咏活动集中展演近日在辽宁沈阳举办。来自全国各地的少儿歌咏团队用天籁童声唱响爱党爱国爱社会主义的时代主旋律，生动展现新时代少年儿童昂扬向上的风采。

集中展演由“薪火相传·红心向党”“如诗年华·快乐成长”“强国有我·争做栋梁”等篇章组成，以现场演唱、视频展播等形式，呈现一场主题鲜明、内容丰富的少年儿童主题活动。

整场活动童声清澈、嘹亮动人，展现了当代少年儿童爱党爱国、勤奋好学、全面发展的精神风貌。现场的孩子纷纷表示，参加这次活动非常意义，未来将不怕吃苦、努力拼搏，磨练意志、练好本领，把祖国建设得更加繁荣富强。

据悉，活动已连续开展3年，今年吸引8万多个歌咏团队参加。本次活动由中央精神文明建设办公室、教育部、文化和旅游部、共青团中央、全国妇联、中国文联、全国少工委共同主办，中央广播电视总台体育青少节目中心、中共辽宁省委宣传部、辽宁省精神文明建设办公室承办。

创作谈

以赤诚致敬英雄

许文广

以微光照亮山河