

(上接第5版)

◎ 戴运(上影股份总经理、上海联和院线董事长): “电影+”战略的创新运用



上海电影股份有限公司作为首批上市的国有影视企业,在中宣部、国家电影局和上海市委宣

传部的指导下,始终以习近平文化思想为指引,致力于强化电影终端产业链,让影院成为传播文化的重要阵地。面对复杂多变的市场环境,我们主动创新,深化与观众的情感联结。

我们积极推进“电影+”战略:第一,以差异破局,场景即内容。我们打造沉浸式空间,通过动漫影院融合观影与互动,如浪浪山主题全空间体验上座率达100%;上海电影艺术中心改造后日均客流提升38.1%;《南京照相馆》的影旅融合项目让观众走进1:1复刻场景,增强情感体验。第二,以数智重塑,链接创价值。我们应用AI和数据技术,打通线上线下需

求,如《好东西》营销中城市打卡串联公交线与核心区,全网曝光超10亿;动态定价精准提升上座率。第三,以IP连载生态赢未来。我们开发电影IP衍生品,融合文创周边与文旅项目,如《浪浪山小妖怪》800个SKU覆盖生活场景和大闹天宫无人机秀等,都取得了不错的销售成绩,推动票房依赖转向生态驱动。

通过这些创新,电影已超越银幕边界,以空间为底、城市为卷,激活千亿市场规模,重塑文化自信。我们坚信,电影与生活深度融合,将迸发经济活力与文化光芒。

◎ 王征(绵阳中环文化传播有限公司董事长): 打破思维定势 开发影院价值



中环影城团队十年来一直在思考影院如何真正连接观众,核心答案是:影院不能只是放电影的地方。我们提出“一个中心、四个平

台、三社运营”。一个中心是彻底改变影院定位:从单纯的放映厅转型为商圈的本地文化生活服务中心。

实践中,我们从四个方向突破:一是打造红色党建平台,设立专属影厅,常态化放映主旋律电影,与党政机关深度合作,使影院成为思想教育的新阵地。二是构建青年社交平台,举办艺术电影品鉴、书影联动、脱口秀等活动,引入咖啡、酒吧等业态,让影院成为年轻人的社交充电站和文化地标。三是发展亲子教育平台,联合开发“小小放映员”等趣味课程,每年举办超200场亲子活动,触达数万家庭,让电影成为家庭教育延伸。四是建立流量共享平台,自建小程序和电商平台,聚合影院流量赋能周边商家,实现互利共赢。

同时,我们独创了“三社运营”。一是做社交:每周举办形式多样的活动,把看电影变成“有理由相聚”的社交事件,把观众从家里“拉”出来。二是建社群:精细运营同好群,用标签、任务和积分沉淀忠实用户,让他们愿意反复来。三是融社区:把影院根植于周边3公里社区,影票即享周边商户优惠,打造15分钟文化生活圈,成为社区邻里活动首选地。

这套模式打破了“影院只能放电影”的思维定式。通过深度开发空间价值,我们显著提升了非票收入、用户黏性和整体抗风险能力。最终目标,是让影院成为观影、社交、休闲的现代生活空间,一个观众愿意停留而不仅是匆匆路过的地方。

◎ 褚山鑫(星光嘉映影投董事长):用心发现 勇敢创新



20年我是前一个水产养殖专业毕业的青涩大学生。偶然进入影院做场务,巡场时目睹观众随电影悲喜的真情流露,让我第一次感受到大银幕震撼人心的魅力,也坚

定了这是份极有意义的工作。

20年来,我看到无数爱电影的年轻人投身行业。我自己在影院终端领域深耕多年,深切感受到:终端并非缺乏创新点和新体验,关键是有时从业者失去了那份对电影的热爱。当我们团队热爱电影时,每天都有做不完的工作和无数想法要落地。

我的观察有三点:首先,中国电影市场生机勃勃。从年票房不过百亿到现在的规模,哪怕疫情期间我们最困难时,对未来的信心促使我们逆势孵化了“星光嘉映”品牌,在困境中拓展。

其次,影院空间设计必须变革。早期刻意营造“压抑”氛围的设计理念已过时。我们打破了连锁影院装修的标准化模板,针对不

同城市、商圈和人群,打造个性化风格,像安徽芜湖的上海复古风影院就深受喜爱。

第三,要敏锐捕捉观众需求的变化。年轻人并非不爱电影,而是我们有时抓不住他们的心。我们看到如“单身经济”下对陪伴、宠物的需求,就创新推出宠物服务、宠物友好厅;结合年轻人喜好,尝试“餐影一体”的新业态,拓宽座位、提升环境美感,反响很好。乔布斯说用户需求不是问出来的,是要善于发现他们未能表达的需求。我们带着热爱去创新尝试,方向是对的,就像我们在安徽、苏州等地影院的实践。

总结来说,当下影院要怀揣对行业的热爱,用心发现,勇敢创新,就有很多事可以做、可以做得好。

◎ 李劲波(万达电影股份、万达电影助理总裁兼万达院线总经理): 打造“超级娱乐空间” 重新定义影院价值



万达在影院创新上提出了“超级娱乐空间”战略,以影院为

核心,协同发展国内外市场及五大业务板块,推动行业升维。我们重新定义影院价值,通过“两翼一体”五星影城规划,打造硬件与内容并重的综合娱乐载体。

实践中,我们实现了三大突破:一是打造“超级场景”,通过IP联动将影院转化为社交目的地。例如与《原神》《光与夜之恋》合作,吸引超40万年轻玩家走进影院,单次活动非票收入占比达60%,市场份额提升至17.8%。同时创建“时光里”品牌空间,让大堂成为集娱乐、购物、手作于一体的社交枢纽。

二是推动“超级卖品”升级,从爆米花转向情感价值补给。开发健康饮品和文创产品,如春节档“四喜财神”盲盒17天售罄21万只,让卖品成为文化体验的延伸。

三是开展“超级共创”,跨界探索“影院+”模式。例如与五星体育合作F1赛事转播,构建从赛事到电影的宣发闭环。未来我们将持续孵化超级IP,以影院为纽带构建新生态,让影院成为城市文化地标。期待与各位同仁携手,共同点亮中国电影新征程。

◎ 秦振贵(中宣部电影局副局长、电影剧本规划策划中心主任): 承担新使命 创造新辉煌



本届新力量论坛,我们带着来自习近平总书记给田华等8位电影艺术家的重要回信精神的鼓舞和激励而来。总书记对电影事业和电影创作的亲切关怀和殷殷嘱托,将成为我们砥砺前行的不竭动力。

本届新力量论坛,我们带着走过120周年光辉历程的中国电影从而再出发的决心和豪情而来。创作出更多讴歌时代精神、抒发人民心声的精品佳作,将成为我们孜孜以求的奋进目标。

通过本届新力量论坛,我们对电影与观众在一起的理念有了更深的理解和认识。从生活中来,到观众中去,生活就是人民,人民就是生活。我们从事电影创作,永远都不要忽视、轻视、漠视生活的源头活水,只有扎根生活沃土,坚持以人民为中心的创作导向,坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众,真切感受到广大人民群众生活的热点、泪点、笑点、槽点、痛点,才能做到为人民抒写,为人民抒情,为人民抒怀,才能创作出引发人民思想共鸣、情感共通的优秀作品。

通过本届新力量论坛,我们

看到创新与改革才是推动中国电影不断前行的关键法宝,创新是唯一的生命。我们欣喜地看到,创新精神已经贯穿电影创作生产全过程。我们潜心开发原创力,在题材、内容、形式和表现手法上下功夫。我们想象,不断推进艺术要素和技术要素的结合,让银幕绽放无穷魅力。我们不断开拓电影新边界,让观众体验丰富多彩。我们不断探索电影抵达观众的方式和路径,让“电影+”连贯千态百业,精彩纷呈。

通过本届新力量论坛,我们看到电影新力量深深植根于中华优秀传统文化的文化自信。五千多年的文明史,为我们提供了取之不尽、用之不竭的创作素材,可以说中华文化宝库是中国电影最大的IP。新一代电影人正不断尝试运用全新的叙事方式、艺术手法、技术手段,链接传统文化与当代价值,创作出一部又一部符合中国观众审美品位和精神追求的优秀作品。用电影传承中华文明,赓续中华文脉,用电影向全世界讲述独特而感人的中国故事。

通过本届新力量论坛,我们

更坚定观众还在的信心。这一年来,我们惊喜惊诧于开年之初《哪吒之魔童闹海》的巨大成功,我们困顿焦灼于清明、五一档远低于预期,而现在暑期档低开高走,渐入佳境,票房已经超过105亿元,观众人次超过去年同期水平,一度为我们的经验所不能解释与覆盖的市场起伏,足以让电影人反躬自省。其实观众并未离场,他们在观望在等待,等待我们拍出契合他们精神与情感的用心之作,忠实而可爱的广大观众是我们最要感谢的人,我们用以回报他们的就是好故事、好片子,好片子就是我和观众之间的最重要纽带。

通过本届新力量论坛,我们看到电影人依然真诚、团结。我们有崇德尚艺的老一辈电影人为我们树立了榜样,我们有一届又一届成长起来的中坚力量,对新力量们不遗余力地提携和支持,我们有130余家公司攻坚克难,共同打造中国动画超级爆款的精神。尽管电影行业面临种种困难与变局,我们相信,只要电影人真诚相待,共同奋斗,中国电影一定能破解难题,跨越障碍,创造更加辉煌的明天。

中国电影正处于挑战与机遇并存的关键时期,在建设电影强国的道路上,新力量必将也必能肩负起时代的重任,为中国电影开辟出一片新境界。让我们共同祝福,祝福每一位新力量的努力与汗水都能浇灌出累累硕果,创作出一部又一部打动人的好电影。让我们共同期待,期待更多电影新人加入新力量的大家庭中,用他们的朝气、锐气推动中国电影走向下一个精彩纷呈的120年。

谱写云南少数民族脱贫攻坚史诗 电影《独龙族的春天》北京首映



本报讯 近日,电影《独龙族的春天》在京举行首映式。来自云南和全国的嘉宾,以及影片全体主创悉数到场。影片以动人的传奇故事和温暖的叙事基调,在首映礼上引发了现场观众的强烈共鸣,被不少影评人称赞为“一部感人的现实主义力作”。

首映礼上,云南省农业农村厅党组成员、副厅长,省乡村振兴局副局长王思泽表示:“总书记实施了历史上规模最大、力度最强的脱贫攻坚战,取得了举世瞩目的成绩,创造了彪炳史册的人类奇迹。云南脱贫攻坚战也取得了耀眼的成绩,这一切值得被记录,这就是我们拍摄这部电影的初衷。”中国小康建设研究会执行会长兼秘书长李彬选、第十三届全国政协民族和宗教委员会副主任罗黎明、第十三届全国人大农业与农村委员会副主

任兼中国供销合作经济学会会长李春生、中央巡视办原副主任张本平也都肯定了影片的重要意义。

作为首部聚焦中国云南独龙江流域、展现独龙族同胞整体脱贫的主旋律电影。影片以“精准扶贫”战略为背景,以大格局、大情怀融合小人物的传奇经历,艺术化地再现了独龙族的发展成就,并折射出时代的巨大变迁。故事主角孔敢出生在独龙族一个传统的氏族家庭,曾走出横断山脉寻求发展机遇,多年后返回故土参与脱贫攻坚,带领族人攻克交通闭塞、产业匮乏等难题,将家乡建成生态宜居和生活富裕的美丽乡村,实现了从贫穷落后到全面小康的历史性跨越。

据导演张一鸣透露,影片从立项、拍摄到制作,整整耗时五年,为了真实还原独龙族的生活

和新中国成立以来的惊艳蜕变,早在2020年他就带领主创团队深入独龙族聚居的怒江原始森林去采风,摄制组也在正式开拍前提前一个月深入当地体验生活、整个剧组走访了众多村寨,进行“沉浸式”体验,力求在每一个细节上做到精准呈现。

电影《独龙族的春天》由张一鸣执导,张一鸣、葛政希、周恒远、刘亿单、任明生、王洪光、张雨晴、王兰花、刘轩宁等参演,由张雷、沙溪担任出品人,谷广朝担任总监制,林永月担任制片人,萧子屈担任编剧与监制,包学梅担任艺术总监,孙旭、李倩担任总策划,唐伯琥、韩俊轩、林绍勤共同参与策划;由北京北太平洋国际影视文化发展有限公司、云南环兴隧道工程劳务有限公司、后台(广州)文化传播有限公出品。(姬政鹏)