

国庆档电影票房18.35亿元 “电影+”拓展消费新空间

■ 文/本报记者 赵 丽

2025年国庆中秋双节叠加,8天长假不仅点燃了全国文旅消费的热潮,更让“假期看电影”成为大众休闲生活的重要组成部分。国家电影局发布的数据显示,2025年国庆档电影票房达18.35亿元,观影人次为5007万,放映场次达314.66万场,同比增长12.82%;其中,10月2日这一关键节点,2025年度电影总票房已超过2024年全年总和。截至10月8日,2025年全国电影总票房更是攀升至437.89亿元,同比增长18.98%。

在票房数据稳步增长的背后,中国电影产业正经历一场深刻的结构性变革。随着“电影+旅游”“电影+美食”“电影+文创”等融合业态持续上新,“电影+”应用场景不断丰富,消费链条持续延伸,电影不再局限于单一的银幕观赏功能,而是成为文旅消费中分量日益加重的关键环节,以及串联多行业消费的重要流量入口。这将推动中国电影产业加速扩围提质,从传统的票房经济向多元消费生态进阶,成为促进消费升级、推动经济增长的重要引擎。

◎ “票根经济”创新升级 激活全域消费场景

一张小小的电影票根,在这个双节假期完成了从“观影入场券”到“消费体验券”的蜕变。全国各地以票根为纽带,串联“吃、住、行、游、购、娱”全消费场景,让“票根经济”成为拉动市场活力的新引擎,展现出电影产业与多行业融合的强大潜力。

在“电影+美食”领域,全国联动打造的消费服务矩阵成效显著。9月30日,在国家电影局指导下,中国银联与猫眼娱乐联合推出的“跟着电影品美食”票根地图正式上线。票根地图平台整合了全国1.2万家影院的地理位置数据,能为观众精准匹配周边餐饮优惠并定向发放,让观影后享受美

食优惠成为常态。与此同时,大麦电影联合闪购平台推出“买电影票送奶茶”专属福利,构建起“看电影、享美食、得实惠”的一站式消费体验,有效降低了消费者的消费门槛,提升了消费意愿。

各地的特色创新更是让“票根经济”亮点纷呈。在浙江,兰溪游埠古镇推出凭电影票根享茶点满减活动,湖州南浔则将票根优惠权益覆盖全区91家商圈、餐饮店铺及7家影院,让观众凭一张票根就能在当地享受多维度消费优惠;在山东,电影《窗外是蓝星》中提及的航天员美食被搬上当地美食争霸赛,山东鲅鱼水饺借电影热度再度“破圈”,成

为地域美食名片;在辽宁,户外电影放映与饮食类非遗项目深度结合,既丰富了市民夜间文化生活,又为非遗传承开辟了新路径;在内蒙古,“一票多用”互认互惠机制覆盖主要院线、景区剧院门票及内蒙古足球超级联赛,实现了文化消费与体育消费的跨界联动。此外,河南、重庆、云南等地推出凭电影票享酒店、景区门票及内蒙古足球超级联赛,实现了文化消费与体育消费的跨界联动。此外,河南、重庆、云南等地推出凭电影票享酒店、景区门票及内蒙古足球超级联赛,实现了文化消费与体育消费的跨界联动。

电影IP的跨界融合,更让“票根经济”从“即时消费”升级为“长期陪伴”。国产动画电影成为此次假期IP

开发的主力军:《流浪山小妖怪》推出授权衍生单品超800款,涵盖毛绒潮玩、文创文具、家居百货、商务伴手礼等多个品类,同时配套线下展览、主题快闪餐厅等实景娱乐项目,将电影热度持续延伸至国庆消费市场;《罗小黑战记2》在全国布局1000家主题影城快闪店,线上线下渠道共售出周边衍生品超14万件,其中北京朝阳公园旗舰店快闪店10天内客流量突破15万人,形成“看电影+游公园+逛集市”的复合型消费闭环。据行业统计,当前中国电影衍生品消费市场规模已达千亿级,国产IP商业化正实现跨越式突破,为电影产业注入长期发展动力。

◎ “影旅双向奔赴” 推动电影“流量”变文旅“留量”

“为一部电影奔赴一座城”,成为2025年国庆假期大众出行的鲜明潮流。中宣部电影局、文化和旅游部旅游资源开发司共同主办的“跟着电影去旅游”推介活动,将多部热映影片的拍摄取景地、故事发生地及电影制作基地纳入全国旅游线路,推动电影“流量”向文旅“留量”转化,实现了电影产业与文旅产业的深度共融。

热映影片为取景地带来了显著的客流增长与品牌提升。随着《志愿军:浴血和平》的热映,其取景地之一的江西上饶横峰影视基地迅速成为

旅游热点,当地串联多个拍摄点设计出一日游、两日游精品线路,游客凭电影票根或基地门票,还可在合作酒店、餐饮、民宿享受专属折扣。横峰县文广旅局局长叶志勇介绍,国庆假期横峰影视基地日均客流量较去年同期增幅超50%。电影《流浪人生》让福建泉州石狮、晋江梧林两大取景地成为游客“寻味闽南”的首选,仅假期前两天,石狮十里黄金海岸区域就吸引游客12.97万人次,同比增长近30%。动画电影《三国的星空第一部》全方位展现官渡之战的历史风

貌,河南郑州中牟县官渡镇的官渡桥、曹公垒等遗址遗迹随之迎来打卡热潮,当地历史文化资源借助电影实现了活态传承。

多方联动为“影旅融合”提供了坚实支撑。国庆期间,全国3000多个铁路客运站、4200多组动车组列车的车厢电视,集中播放《跟着电影去旅游》主题推介视频,不仅展示热门电影取景地,还联动多条铁路旅游专线提供出行指引,邀请旅客体验“铁路+电影”的出行新方式。在南昌西客站,候车厅大屏轮播的“跟着电

影去旅行”系列短视频,让准备前往重庆的吴女士下定决心将《刺杀小说家2》取景地与当地火锅文化纳入行程;在南昌西开往北京西的G894次列车上,工作人员策划的“跟着电影去旅游”主题互动活动热闹非凡,车厢内悬挂的国庆主题横幅与窗花营造出浓厚节日氛围,有奖竞猜环节中,旅客对电影取景地的熟悉程度远超预期。此外,国铁集团、爱达·魔都号国产大型邮轮也同步开展“电影+旅游”特别推介,进一步拓宽了影旅融合的场景边界。

◎ 政策引领产业融合 “电影+”拓展消费新空间

中国电影产业向多元消费生态的转型,离不开政策的精准引导与多方协同。今年年初,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,明确提出深化“文旅+百业”“百业+文旅”,丰富消费业态和场景。此后,国家电影局、商务部联合启动“跟着电影品美食”“跟着电影去旅游”“中国电影消费年”等活动,为电影与餐饮、文旅、科普等产业的融合搭建了官方平台。一系列政策举措的落地,推动电影从单纯的文化产品向消费枢纽转变,为产业发展拓展了广阔空间。

在政策支持下,“电影+”业态不断突破边界,形成多元化发展格局。除了“电影+美食”“电影+旅游”,“电影+科普”成为国庆期间的新亮点。9月30日,“跟着电影做科普”全国启动仪式在中国科学技术馆举行,国家电影局、科技部、中国科学院、国家国防科工局、中国科协联合发布首批“电影+科普”产品与活动。中国首部8K太空实拍电影《窗外是蓝星》还将推出球幕版《窗外是蓝星之太空旅行》、巨幕版《窗外是蓝星之奇妙空间站》,为全国科技馆、天文馆提供优质科普内容,同时该片将以十余种语言在全球上

映,向世界展示中国式太空美学。中宣部电影数字节目管理中心精选了经济效益与社会效益的双丰收。影片上映后,不仅票房持续领跑,还引发强烈社会反响,多地党政机关、企事业单位、学校组织集体观影,截至10月8日,影片累计观影人次突破1200万,相关话题在社交平台阅读量超50亿次。

各地也积极推出各具特色的“电影+”创新实践。浙江杭州举办融合电影、市集与青年文化的艺术盛宴,每个摊位以电影名字命名,游客可一站式体验电影同款场景、美食与文创;江苏部分影院推出“电

影+民乐表演”“电影+非遗美食”活动,实现“影院赚人气、非遗得传承、观众享实惠”的三赢局面;吉林推出“跟着电影去旅游”惠民消费券活动,联动全省文旅资源打造集观影、游览、消费于一体的节日盛宴,推动观影消费向文旅体验延伸;内蒙古聚焦“一票多用”,实现电影票与景区、剧院门票及足球联赛票根的互认互惠,进一步放大了电影的消费带动效应。中国电影评论学会会长饶曙光表示,政策的出台助推电影与线下消费业态深度融合,催生出更多复合型文化消费场景,为消费市场注入持久活力。

◎ 电影产业正从单一票房经济 向多元消费生态转型

电影产业的多元转型,离不开优质影片的内容支撑。2025年国庆档影片在类型丰富度与整体品质上保持较高水准,奇幻、动作、战争、剧情、动画、历史、喜剧等多种类型影片同台竞技,满足了不同年龄、不同偏好观众的需求。其中,《志愿军:浴血和平》凭借稳固的观众基本盘,为国庆档票房走势平稳提供了重要支撑。近年来,以《志愿军》“三部曲”为代表的主旋律题材,成功开创“家国叙事”的商业类型片模式——将宏大的国家历史与鲜活的个体命运紧密交织,用精湛的工业水准和

动人的情感内核,打造出既符合主流价值又极具观赏性的作品,实现了经济效益与社会效益的双丰收。影片上映后,不仅票房持续领跑,还引发强烈社会反响,多地党政机关、企事业单位、学校组织集体观影,截至10月8日,影片累计观影人次突破1200万,相关话题在社交平台阅读量超50亿次。

除《志愿军:浴血和平》外,国庆档多部影片也凭借独特的内容魅力与文化内涵获得市场认可。《刺杀小说家2》构建的异次元世界“云中城”,其设计灵感来源于重庆洪崖洞,

影片热映让重庆成为国庆文旅热点,众多游客为打卡电影同款风景专门前往重庆;《流浪人生》在福建泉州取景,影片中晋江、石狮的渔港、古村落与海岸线,生动展现了泉州的海洋文化与人文底蕴,带动大量观众在国庆期间走进泉州;《窗外是蓝星》作为中国首部8K太空实拍电影,不仅总票房突破4600万元,更以独具特色的中国式太空美学让“宇宙级浪漫”走进观众视野,成为兼具科普价值与艺术价值的标杆作品。

从《流浪地球》的科幻奇景到《好东西》的温情叙事,从《哪吒之魔

童闹海》的神话新编到《流浪山小妖怪》的东方美学……近年来中国电影佳作频出,不断实现口碑与票房的双赢。电影产业正从单一票房经济向多元消费生态转型,未来将进一步探索电影IP的多元化开发与新形态表达,巩固电影在文化消费中的重要地位,将“电影+”消费方式拓展到社会生活方方面面。随着影片品质的持续提升与产业生态的不断完善,中国电影正迈向高质量发展新阶段,在满足人民日益增长的精神文化需求的同时,为经济社会发展作出更大贡献。

(上接第1版)



◎ 第38届中国电影金鸡奖评委会提名名单 (按笔画排序)

最佳故事片 评委会提名: 《小小的我》 《长安的荔枝》 《好东西》 《志愿军:存亡之战》 《唐探1900》 《破 地獄》	李季《大场面》 秦天《但愿人长久》 高朋《老枪》 黄婷婷《幸运阁》
最佳男主角 评委会提名: 大鹏(《长安的荔枝》)饰演李善德) 朱一龙(《志愿军:存亡之战》)饰演李想) 刘昊然(《解密》)饰演容金珍) 易烊千玺(《小小的我》)饰演刘泰和) 黄晓明(《阳光俱乐部》)饰演吴优)	最佳男主角 评委会提名: 卫诗雅(《破 地獄》)饰演郭文玥) 宋佳(《好东西》)饰演王铁梅) 咏梅(《出走的决心》)饰演李红) 段奥娟(《岁岁平安》)饰演刘岁岁) 徐海鹏(《但愿人长久》)饰演夏蝉)
最佳中小成本故事片 评委会提名: 《小白船》 《乌龙镇》 《但愿人长久》 《我和我母亲的疼痛》 《怒江》	最佳女主角 评委会提名: 周政杰(《老枪》)饰演耿晓军) 赵又廷(《好东西》)饰演前夫) 祖峰(《家庭简史》)饰演涂伟父亲) 袁富华(《水饺皇后》)饰演糖水伯) 耿乐(《刺猬》)饰演周正爸)
最佳儿童片 评委会提名: 《不丢人》 《月光里的男孩》 《闪耀少年之空中接力》 《再见萤火虫》 《青铜葵花》	最佳女配角 评委会提名: 宋晓英(《我和我母亲的疼痛》)饰演郑淡竹) 钟楚曦(《好东西》)饰演小叶) 黄子琪(《小白船》)饰演金明美) 蒋勤勤(《小小的我》)饰演陈露) 惠英红(《水饺皇后》)饰演红姐)
最佳外语片 评委会提名: 《F1:狂飙飞车》(美国) 《此心安处》(美国) 《还有明天》(意大利) 《我仍在此》(巴西、法国) 《姥姥的外孙》(泰国)	最佳摄影 评委会提名: 王博学《长安的荔枝》 张兴《潮》 赵非《志愿军:存亡之战》 曹郁《解密》 (摄影创作集体)鲍德熹、蔡文龙、周志辉、叶振《蛟龙行动》
最佳戏曲片 评委会提名: 《大风歌》(锡剧) 《双蝶扇》(闽剧) 《布衣于成龙》(晋剧) 《重渡沟》(豫剧) 《锁麟囊》(京剧) 《满江红》(京剧)	最佳录音 评委会提名: 王丹戎《志愿军:存亡之战》 李丹枫、司中林《小小的我》 张金岩、龙筱竹《好东西》 郝钢《刺猬》 富康《老枪》
最佳纪录/科教片 评委会提名: 《上学路上之山海无阻》(纪录片) 《乡归》(纪录片) 《她是红线女》(纪录片) 《您的声音》(纪录片) 《熊猫奇遇记》(纪录片)	最佳美术 评委会提名: 王竞《长安的荔枝》 刘山《只此青绿》 陆苇《志愿军:存亡之战》 卓文耀、周德夫《蛟龙行动》 韩忠、马晓飞《解密》
最佳导演 评委会提名: 大鹏《长安的荔枝》 陈茂贤《破 地獄》 陈思诚、戴墨《唐探1900》 邵艺辉《好东西》 顾长卫《刺猬》	最佳音乐 评委会提名: 吕亮《只此青绿》 李赫《不说话的爱》 陈光荣、黎鸣朗《水饺皇后》 高小阳《老枪》 翟锦彦《长安的荔枝》
最佳编剧 评委会提名: 陈茂贤、郑纬机《破 地獄》(原创) 陈凯歌、张珂《志愿军:存亡之战》(原创) 邵艺辉《好东西》(原创) 林见捷《家庭简史》(原创) 游晓颖《小小的我》(原创)	最佳剪辑 评委会提名: 汤宏甲《唐探1900》 李点石《志愿军:存亡之战》 张叔平、彭正熙《破 地獄》 周新霞《我和我母亲的疼痛》 廖庆松《青铜葵花》
最佳导演处女作 评委会提名: 达杰丁增《月光里的男孩》	