

这个暑假，烟台人花了5285万元看电影

《南京照相馆》成唯一票房千万级电影

9月1日0点，为期3个月的电影暑期档正式落幕。整个暑期，烟台全市电影票房报收5285.35万元，《南京照相馆》以1277.61万元成为票房冠军，《浪浪山小妖怪》以853.14万元紧随其后，《捕风追影》《戏台》和《长安的荔枝》票房也均突破300万元大关。

去年暑期档，烟台电影票房5093.47万元，相较2023年几乎少了1/3，春节档之后，烟台各大影院上座也一度冷清，在各大影院普遍对今年行情略感悲观的当口，2025暑期档止跌回升，见证的既有优质影片和影迷的回归，更是四季度票房持续企稳的信心所在。

YMG全媒体记者 杨健



(新华社)

每5个烟台人里就有1个进了影院

这个夏天，烟台人看电影的热情咋样？先看看大数据的精确画像：

6月1日—8月31日，烟台各大影院总出票143.05万张，比去年暑期档多了14.8万张，平均下来每5个烟台人里，就有1个进过电影院；总上映场次18.36万场，比去年多了0.94万场，平均每天要放1995部各类影片；平均票价37元，比去年的39.7元便宜了2.7元。

一句话，相比于2024年，这个夏天进影院的人更多了，影院检票更忙了，看场电影更便宜了。

“今年暑期档前半程表现相对平

淡，市场热度一般，大家都已经做好了‘勒紧腰带’的准备。但从7月25日前后，伴随着《南京照相馆》正式上档，国产片集体发力，票房逐渐转热，一直持续到8月中下旬。”烟台新世纪电影城市场经理胡天杰介绍，相比于影院最初的上座人数和票房预期，2025暑期档的最终答卷，要高出了20%。

今年烟台各大影院场次排期，比起去年夏天显著增加，但上座率却并没有被明显分散。“尤其是周末下午时段，部分热门电影的上座率能到七八成，虽然无法和春节档相比，但在暑期已算难

得。”胡天杰说。

暑期档为何“先抑后扬”？不妨问问影迷。

“我一开始是在小红书上看到了几部电影的推荐，后来决定先去看《长安的荔枝》，之后又听同事说《浪浪山小妖怪》也不错，又抽空去补了票。”在新世纪影城富尔玛店，带着儿子来看电影的市民洪星告诉记者，“快开学了，孩子作业做完也没啥事，就又带着他看了几部动画片。没想到快开学了，影院里面人还不少。”

影片质量数量重回2年前

票房好不好，头部电影很重要。去年暑期档，《抓娃娃》独领风骚，今年春节档，《哪吒2》又将一系列纪录全面刷新。和最近两个重要档期相比，2025暑期档的影片可谓百家争鸣，和影院初步的预期也反差不小。

“暑期档开始前，业内都预估《长安的荔枝》可能成为票房冠军，《戏台》成为搅局的黑马。”胡天杰说。但很快，《长安的荔枝》等一众被寄予厚望的电影高开低走，让暑期档“上半场”的走势略显平淡，一直到7月下旬，几部电影的票房都没能拉开差距。

真正的观影热潮，在《南京照相馆》上映后来临。胡天杰告诉记者，上映后第一周，《南京照相馆》的排场始终在各大院线中领跑，不少观众甚至前来“二

刷”。而在暑期档尾声，过去几部电影票房表现欠佳的成龙，凭借《捕风追影》打了个翻身仗，上映才半个月，票房就已经冲进前三，甚至给“后暑期档”观影都留足了余热。

灯塔专业版分析认为，今年的电影暑期档涵盖了剧情、历史、喜剧等多种类型，而其中普遍的叙述共性就是摒弃宏大叙事，让观众“看见”时代中具体的个体。《南京照相馆》在票房和口碑上领跑，与影片独特的题材角度和个性化人物塑造紧密相关，进而引发观众强烈共鸣。

影院从业者的预期，为何与真实的市场表现形成鲜明反差？在胡天杰看来，这个夏天上映的电影类型更丰富，更能和观众共情，将一些非核心影迷也

拉入了影院。“譬如《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》进入院线前，都是靠着动画破圈吸粉；《戏台》票房不错，除了剧本过硬，也将很多平时不怎么看电影的中年人拉进了影院，这些都是未来市场可能出现的新变化。总体而言，今年暑期档影片的数量、类型和质量，都比去年有所提升，和票房最好的2023年旗鼓相当。”

暑期档已经结束，后续待映影片中仍有不少重磅影片。记者了解到，包括定档9月18日上映的《731》，定档国庆长假的《刺杀小说家2》，此外还有《熊猫计划2》、《三国的星空第一部》等将陆续上映。贺岁档和春节档来临之前，市民观影选择仍旧丰富。

《万里长城》全感剧场落地北京



日前，《万里长城》全感剧场全国首店在北京八达岭长城景区开业试运营。该项目通过“科技+文化+IP”融合，实现沉浸式文旅新体验。

项目中，游客将扮演明代行人司中的一名信使，护送敕令、巡视长城沿线。借助虚拟现实设备的加持，游客将从驿站出发，乘坐马车穿越浩瀚的沙漠，亲身体会在烽火台与敌兵对抗的惊心动魄，乘坐天车在万米高空领略长城的雄伟壮阔，最后与戚继光一同为逝去的将士献上孔明灯，完成一场身临其境、全感沉浸的冒险之旅。除此外在北京八达岭长城景区落地的门店，游客后续还将在甘肃嘉峪关、河北山海关、陕西榆林镇北台、甘肃宁夏长城关等景区体验到该全感剧场产品。

《万里长城》全感剧场是爱奇艺继《长征·四渡赤水》全感剧场后，第二个结合文旅场景定制开发的全感剧场产品。爱奇艺高级副总裁张航表示，长城是中华文明伟大的精神图腾之一，承载着全体中华儿女共同的文化记忆与家国情怀，非常荣幸能以数字科技重新诠释人类共同遗产，以更加年轻化、互动性强的沉浸体验，让游客真正走进历史故事中，感受“活”起来的世界文化遗产。

他介绍，运用VR、光学动捕、游戏引擎与空间音频等技术，《万里长城》全感剧场生动再现了明代长城宏伟的防御体系、精妙的军事科技与感人的戍边故事，通过输出全产业链服务，助力打造“中国文化+前沿科技”融合的文旅新标杆。

据悉，项目开发过程中，研发团队采用次世代游戏引擎，结合领先的动作捕捉、音频制作、数字资产扫描、真实置景等影视工业化制作流程，达到电影级的沉浸式视听体验。在文化呈现上，制作方特别聘请长城文化专家及长城博物馆单位全程进行创作指导——在《万里长城》全感剧场的数字场景中，明长城时期的军旗、战甲、火器被精妙还原，嘉峪关至山海关沿线七彩丹霞、悬臂长城、茶马互市、“天下第一墩”等自然奇观与人文风貌也得到了栩栩如生的复刻。 据中新网



2025暑期档总票房119.66亿元

据中国国家电影局数据，2025年中国内地电影暑期档(6月1日至8月31日)总票房达119.66亿元(人民币，下同)，观影总人次3.21亿，同比分别增长2.76%和12.75%，国产影片票房占比为76.21%。

档期票房前五名的影片分别为《南京照相馆》28.90亿元、《浪浪山小妖怪》14.55亿元、《捕风追影》8.79亿元、《长安的荔枝》6.78亿元、《侏罗纪世界：重

生》5.67亿元。猫眼专业版数据显示，档期内共有19部影片票房破亿元，截至8月底，中国内地全年累计票房(含预售)已超393亿元。

影片类型方面，此次暑期档呈现百花齐放的良性格局，上映影片涵盖历史、动画、喜剧、古装、动作、运动、悬疑、剧情、战争、犯罪等多元类型，满足不同观众的观影需求。影片质量上，《南京照相馆》《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》《捕

风追影》《戏台》等多部影片豆瓣评分达到或高于8分，高分影片数量较往年明显增长，上映后口碑持续扩散、多部影片映后评分上涨。

由于头部大片的体量缩水，2025年暑期档仅有两部影片票房破10亿元，数量与去年持平，但票房在5亿元至10亿元的“腰部影片”数量同比增加。

据中新网