

# 2019年国庆档为新中国70华诞献上厚礼 七天长假票房43.86亿元 观影人次1.17亿创历史新高

■文/本报记者 姬政鹏

今年恰逢新中国成立70周年,“打卡”主旋律电影成为国庆长假期间观众普遍选择的休闲娱乐方式。今年国庆档日观影人次分别为2114万、2039万、1813万、1639万、1564万、1462万、1065万,累计观影人次为1.17亿,超越2017年及以前历年春节档的总人次纪录。

9月30日,《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》三部影片集体上映为国庆献礼。在这三部影片的助推下,2019年国庆档掀起了全民观影热潮,无论整体还是单片市场表现都刷新了一系列市场纪录,三部献礼影片中的多个桥段、细节甚至是票房攀升速度,都能够迅速成为社会关注的热点并在各大评分网站和网络社交平台上引起广泛讨论,广大观众尤其年轻观众除了对影片给予好评之外,爱国热情和对于主流意识形态的认同感也持续高涨。

实践证明,电影依旧是人民群众精神文化生活的“主食”,在日益多样化的文化娱乐选择中处于核心地位。

根据国家电影专项资金办公室初步统计,2019年国庆档(10月1日-10月7日)期间,中国电影市场日票房产出分别为7.96亿元、7.68亿元、6.82亿元、6.08亿元、5.8亿元、5.48亿元、4.04亿元,累计票房产出为43.86亿元。档期内票房前五影片为:《我和我的祖国》19.2亿元,《中国机长》17.1亿元,《攀登者》6.11亿元,《雪人奇缘》0.85亿元,《哪吒之魔童降世》0.2亿元。

此外,截至2019年9月30日:中国电影市场全年总票房为478.64亿元(去年同期为489.45亿元,同比减少2.21%);总人次为12.81亿(去年同期为13.81亿,同比减少7.24%);国产影片票房为284.12亿元(去年同期为321.18亿元,同比减少11.54%),国产影片份额为59.36%(去年同期为65.62%)。全年票房过亿影片63部,其中国产影片33部,进口影片30部。

2019年9月份票房31.9亿元(去年同期为31.04亿元,同比增长2.77%),人次为9220.15万(去年同期为8831.19万,同比增长4.4%);国产影片票房为24.21亿元(去年同期为15.99亿元,同比增长51.41%),国产影片份额为75.89%(去年同期为51.51%)。

截至9月底,全国共有银幕67060块。其中3D银幕60253块,约占90%。巨幕共计971块,包括中国巨幕342块。全国县级城市影院共有5541家,县级影院银幕24161块,分别约占46%、36%。

## “电影献礼方阵” 撑起观众最满意档期

整体上看,今年国庆档用3天超越了去年同期(19.04亿元),用4天超越了2017年保持的国庆档票房纪录(8天产出26.29亿元),用6天超越了去年10月的总票房(36.48亿元)。档期共产出票房43.86亿元,助推2019年年度票房实现同比反超。

档期内7天的单日平均票房突破6亿元,这是今年和去年春节档之外的最好成绩。10月1日,在举国欢庆的热烈气氛中,电影市场共产出7.96亿票房,是今年春节档之后最好的单日票房成绩,不仅创造了非春节档的最高单日票房纪录,也大幅刷新了国庆档单日票房纪录(之前为2017年10月1日的3.84亿元)。10月3日,中国电影市场2019年度票房突破500亿元,用时276天比去年同期提升一天,截至10月7日,2019年的年度电影票房比去年同期增长近14亿元。

国庆档高歌猛进的背后,《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》三部

影片组成的“电影献礼方阵”是主要推动力量。三部影片档期内收获42.41亿票房,大盘占比96.7%。

不仅票房成绩亮眼,国庆档影片的质量也得到了观众和业内人士的认可,由中国电影艺术研究中心联合艺恩进行的中国电影观众满意度调查·2019年调查结果显示,国庆档档期满意度88.6分,观赏性得分88.6分,思想性得分90.6分,均居历史调查第一位(观赏性、思想性历史第二位均为2019年春节档,分数为87.2分、87分)创造了此项调查开始以来的档期满意度最高分。档期传播度得分85.6分,是2017年暑期档以后的档期传播度最高分。

在本次调查中,《攀登者》、《中国机长》、《我和我的祖国》三部影片包揽了最近五年国庆档单片满意度的前三位,其中《我和我的祖国》首次突破90分关口,以91.0分创造了单片满意度新纪录,成为已经调查的267部影片中观众最满意的影片。

此外,在猫眼和淘票票平台上,三部影片的评分都超过了9分,而在资深影迷集中度较高的豆瓣电影网站上,《我和我的祖国》、《中国机长》、《攀登者》三部影片的评分分别为8.0、7.0、6.7分,都属于不俗的成绩。

中国文联电影艺术中心主任饶曙光在谈到国庆档三部献礼影片时表示,三部献礼影片既有符合时代精神的主流价值,又熟练运用类型化的叙事方式与年轻人对话,再利用商业化的手段激发观众的爱国热情,而爱国热潮成为了观众电影消费的原动力、幕后推手,进而形成了持续性的观影狂潮。在记者的采访中,有多位从业者也感叹:“不论是观影氛围还是票房产出,这个国庆档期都有一种过年的感觉。”

## 市场“逆袭”与三片共赢

在记者关于国庆档档期反馈的采访中,“逆袭”是被提到较为频繁的字眼。《我和我的祖国》在国庆7天假期中的前4天稳居大盘首位,最终档期内收获票房19.2亿元,位列档期票房第一;而《中国机长》得益于过硬的影片质量和良好的口碑发酵,整个档期市场表现走势稳定,并在10月5日、6日两天“逆袭”成为单日票房冠军,和《我和我的祖国》形成双赢。

在之前的其他档期,出现“逆袭”戏码,往往是由于影片宣传口碑和成片质量货不对板,但是这次不一样。《我和我的祖国》在整个国庆期间在各大评分网站都稳居第一,影片主创阵容星光熠熠,电影同名主题曲脍炙人口,引发全民合唱,在创作上聚焦于7个不同时代

的故事,着眼于小人物、正能量、大情怀,得到了普通观众和业内人士的交口称赞。而《中国机长》取材自去年刚刚发生的真实事件,在制作上延续了博纳影业主旋律商业大片的高制作水准,也取得了不错的反响。

从10月1日的排座比29%,大盘贡献率32.1%到10月7日的排座比41.5%,大盘贡献率41.7%,有业内人士认为《中国机长》的“逆袭”和以往不同,有其特殊性。一位三线城市的院线经理告诉记者,受阅兵式、国庆焰火晚会等相关活动渲染出的爱国情绪影响,《我和我的祖国》在国庆假期前半段是观众观影的第一选择,“在国庆档的前三天,从上午10点到晚上12点,268个座位的IMAX影厅《我和我的祖国》每场上座率基本都是满员,而且每场影片放映快结束时,影厅内都会出现合唱和鼓掌声,这种现象已经很久没有见到了”。10月4日之后类型化更为明显的《中国机长》开始得到观众的青睐,“国庆档的三部影片质量都比较高,但过了假期初的情绪高涨期后,还是节奏更快、情节更紧张的影片对观众的吸引力更强”,这位经理如是说。

而上映前同样被看好的《攀登者》虽然票房成绩不如之前两部,但市场表现也很稳定,有院线工作人员告诉记者,在长假之前,放映端对于《攀登者》的预期也很高,长假期间《攀登者》的上座率和前两部影片相比差距也不大,“只不过今年的国庆档对于影城来说太重要了,一定会优先选择反响最好的影片,在《我和我的祖国》和《中国机长》面前,《攀登者》的市场空间被压缩得比较有限,但后程票房走势稳健,体现出同样过硬的品质。”

## 主旋律影片创作进入“3.0时代”

在新中国成立70周年之后,2020年是全面建成小康社会之年,2021年是庆祝中国共产党成立一百周年,在这些重要的历史节点上,中国电影还会推出一系列重点的主旋律作品。今年国庆档中的“电影献礼方阵”,为接下来主旋律影片的创作提供了诸多启示。

在国庆档之前的预测采访中,很多市场人士青睐《攀登者》和《中国机长》,其中的重要原因是:这两部影片的导演李仁港和刘伟强都来自香港,有成熟的类型片操盘经验。一位市场人士告诉记者,从2013年5月陈可辛导演的《中国合伙人》开始,到徐克导演的《智取威虎山》,再到林超贤导演的《湄公河行动》和《红海行动》,以及刘伟强导演的《建军大业》和陈国辉导演的《烈火英雄》,多部影片的市场表现证明,“相比

国有电影制片厂的传统献礼片创作思路来说,有着丰富类型片创作经验的香港导演能够把主旋律电影这盘菜做得更对当下观众的胃口”。

而《我和我的祖国》由7位内地导演联手创作,遵循“历史瞬间、全民记忆、迎头相撞”的创作方针,不仅在制作品质上有提升,在现实题材创作上也有新突破。影片以小切口来折射大世界,以小人物呈现大时代,以小故事展现大场景,同时将历史大事、高远战略、家国情怀,融入普通人物和百姓奋斗,也获得了观众的认可。

9月30日上映的《我和我的祖国》,上映8天收获22.19亿票房,不仅是2019年国庆档票房冠军,也创下了国庆档票房的历史纪录和献礼片票房的新高。与此同时,今年国庆档期的1.17亿观影人次中,《我和我的祖国》的贡献超过一半,其单片观影人次就已超越2018年整个国庆档的观影人次。

10月4日,该片在北美70家影院上映,首日票房收获27万美元,成绩超过今年在北美上映的《流浪地球》(15.6万美元)和《哪吒之魔童降世》(15.9万美元,仅IMAX)。此外,影片还在塞尔维亚、克罗地亚等前南斯拉夫地区市场和坦桑尼亚、南非等非洲地区市场实现了华语电影首次同步上映,上座率和上映规模都令人惊喜。

《我和我的祖国》创作的成功体现出,只要坚持运用大众语言,树立群众视角,在接地气、聚人气、有生气上着力,增强故事的吸引力,无论内地导演还是香港导演,都可以在主旋律影片的创作上,为中国电影提供更多可能性。

在谈到国庆档影片对主旋律创作的影响时,饶曙光坦言:如果说《开国大典》、《大决战》是献礼片的“1.0时代”,《建国大业》、《建党伟业》、《建军大业》是“2.0时代”,那么《我和我的祖国》就是开创了献礼片的“3.0时代”。

“从叙事层面来看,《我和我的祖国》的智慧地、巧妙地、有效地变献礼片‘体大思精’的宏大叙事,生活化的日常叙事,为个人化的个体叙事,通过个人的‘自转’实现了与国家、社会‘公转’的平衡和统一,实现了主流价值观的有效表达、有效传播。”

但他同时也表示,《我和我的祖国》的成功不能简单复制,不能自然而然就成为一种“成功的模式”。创意本身永远是电影根本之根本、基础之基础、关键之关键,所谓献礼片也不能例外。“创造性思维、创造性转化、创新性发展,对于电影创作和生产‘一刻也不能分离’,献礼片尤其是如此。毕竟,‘人和’的元素不会是每时每刻都有,内容为王、创意制胜、叙事为先、观众至上,一个也不能少。”



## 《攀登者》主演吴京: 尽全力找到情感落点

■文/本报记者 郑中砥

细心的观众已经发现,吴京出现在了《攀登者》、《我和我的祖国》两部影片的主创列表中。从年初的《流浪地球》到暑期档的《银河补习班》,再到今年国庆档的《攀登者》、《我和我的祖国》,吴京以优秀电影人的真心和真情攀登着一座座电影艺术的高峰,成为中国人砥砺前行、勇攀高峰的银幕代表。

为了演好“攀登者”,吴京寻找诸多1960年和1975年两次登顶珠峰的相关纪录片、回忆录、图文资料等,并专程去青海攀登了岗什卡雪峰,在极寒天气下感受攀登雪山的身体变化和情绪变化,尽全力找到情感落点,给予电影《攀登者》最真实鲜活的表演。

## 只要是新的类型题材, 我都想去尝试

《中国电影报》:进组之前,您对1960年和1975年这两段登山的历史了解到什么程度?

吴京:纪录片、书都看了。这部电影取材的主要部分是1975年那次登山。1975年那次登山是倾全国之力,大规模的测量中国高度,1960年的时候,因为伙伴之间的相互救援,因此证明我们证据的摄影机丢失了,留下了一个遗憾。1975年重新向世界证明,重新测量一个新的中国高度。

《中国电影报》:现实生活中,你有过攀登高山的体验吗?

吴京:其实我以前有过登山的经历,爬过四姑娘山的三峰,是一个技术型山峰,好像是5355米。也走过冈仁波齐,本来那个时候是想继续登7千米的乞力马扎罗,最后登珠峰。但是可惜因为腿受伤,就把登山的这个梦给放弃了。很难得这次又能够拍这样一个题材,因为登山题材的电影,好像之前没拍过,是特别稀缺的一个体育类型。

我很多登山的朋友,他们在在一座山一座山地去征服、去感受、去攀爬、去历练,他们义无反顾。所以我觉得一定要去感受一下,而且咱们缺这样的类型片,有一个这么好的机会,何不好好地感受一下?

《中国电影报》:这也是一个新的题材。

吴京:当然它是一个新的题材,其实只要是新的类型题材,我都想去尝试,开拓一个新的类型就可以让中国市场多一个类型片,多一条支线出来,让观众可以有更多的选择。所以应该做这样的事情。

《中国电影报》:拍一个全新的题材,除了调动以往的攀登经验、表演经验,听说你还自己去登了一座雪山?

吴京:对,我去了青海岗什卡雪峰。其实我去的那个季节太冷了,元月那里的登山营地马上就要关闭了,没有人再去。

如果没有一种切身的感受,让我直接去对着绿布,对着平原去演高原,演海拔缺氧等等这些东西可能有些困难,我觉得自己还是应该去感受一下。如果没有歇斯底里,透彻入骨的这种感受,可能我演不出来。所以我就去了,但是这一去不要紧,太惨了。刚好去的时候,我感冒了。那种滋味儿,太难受,膝盖也不好,几乎是两天两夜没睡觉,白天还要工作。晚上睡觉的时候,头疼得吸不上气来,鼻子又是堵的,脑袋像放了一块铁一样。而且非常冷。大本营,夜里是零下三十多度。也就是因为那种冷,后来我在这戏里有一段自己帮忙调整的对白,你们到时候听一听吧。

## 观众可以放心, 所有动作都是我自己做的

《中国电影报》:戏中演的是1960年、1975年攀登珠峰,跟现在训练中攀登雪山有什么不一样?

吴京:真不太一样,因为我们在现实生活中登峰的时候,我们的登山手杖都是现代的,冰镐也都是现代的。可是我们在拍戏的时候,都是上世纪六十年代的那些装备,非常不顺手。包括冰爪、冰镐、装备、氧气,所有东西都非常别扭。包括我们戏中的羽绒服,那个羽绒服不像我们现在穿的是防风、防雪、防雨的。它只是羽绒服而已,不防风、不防雨、不防雪。风一直往里灌。雪打在身上,尤其是拍完动作之后,身上热了,里面是湿的,外面结着冰。所以我们的这些演员们,都挺辛苦的,当然,当年用这些设备登顶珠峰的英雄们更是忍受了常人难以忍受的艰辛。

《中国电影报》:在外景的拍摄过程中,你没想到的困难有哪些?

吴京:腿伤,因为我刚好是正在修养,还没有恢复。腿还没有完全恢复,但是既然参与了这部戏,我想我应该珍惜每一次在镜头上出演的机会,因为可能是在你这部戏里的最后一次展示。所以自然而然就忘了腿伤就去做各种动作。雪崩来了,你不可能给一反应就出画,然后让替身来。所以一雪崩,你就得往下跑坡,一跑我的腿本来没有好的伤又加重了。所以这个还是挺难的,也是心里还是觉得动作做得有点遗憾的。但是动作我都是自己做的,观众可以放心,就为自己做的,所以才这样。

## 我和章子怡就是杰克与罗斯

《中国电影报》:章子怡饰演的这个角色,在电影里面,你觉得是什么样的关系?

吴京:《泰坦尼克号》的杰克与罗斯,You jump I jump。

《中国电影报》:这次与戏中其他演员的合作怎么样,有没有碰出什么样的火花?

吴京:有一次我和张译喝酒聊到夜里三点多。聊得挺投缘的,他真的是戏痴,他可以为了戏做很多的自我牺牲,而且做很多功课,不断去调整,特别的好。我们整个戏中所有演员之间的对手戏都是非常到位,就算见不到对方的脸,该给情绪、给眼泪的时候,大家照给。这种相互的真挚的激励,我觉得很棒。

《中国电影报》:听说快杀青的时候你还念叨“希望不要杀青”?

吴京:对,当时希望能等我腿再好一点,我可以有更多更好的东西呈现给观众。我们作为演员,只是希望能够通过我们不懈的努力,用我们的真诚去打动各位观众,希望观众能够在银幕上感觉到我们的真诚,能够接受到我们的真诚。

## “桃李潇湘”舞蹈展演举行 《狼图腾》获好评

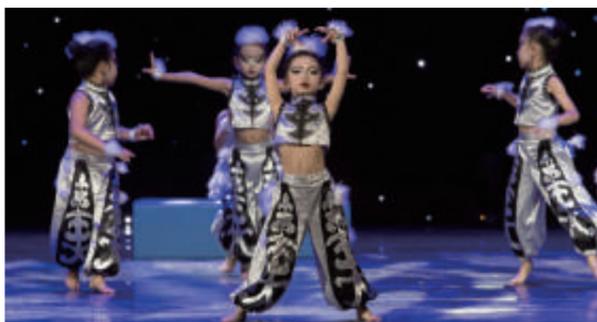
本报讯 日前,湖南省第三届少年、儿童艺术素质教育舞蹈教学成果展演“桃李潇湘”选拔赛在长沙举行。本次展演以“舞蹈·传承”为主题,以推动青少年、儿童舞蹈艺术教育,促进青少年、儿童德智体美劳全面发展为根本,充分激发青少年、儿童舞蹈艺术教育的创作激情和参与热情,引导青少年、儿童舞蹈教育健康、规范、有序开展,是一次深入基层、覆盖湖南地区青少年、儿童的文艺活动。

当天,舞蹈《狼图腾》(那片天空)的精彩表演获得现场观众与专家评委的一

致好评。舞蹈《狼图腾》以深沉、豪放、忧郁而绵长的蒙古马头琴曲,复杂而多变的舞蹈技巧和优美的舞姿,在不断变幻的蓝色灯光下,表达了蒙古草原狼的孤傲、不屈以及团结,展示了狼群内部团结的意志以及温情的一面。

据悉,这支舞蹈由一群6岁左右的小朋友表演,这群“小狼”忘情地舞动出她们的团结精神,颠覆了人们对于狼性贪婪残暴的肤浅认识。“小狼们”可爱而“野性”的表演也得到台下专家们的点赞:“一群小狼崽,跳得还很有野性。”

(赵丽)



小演员黄歆淇