上映首日票房突破2亿元

“龙餐馆”暑期档再掀观影热潮

由文牧野执导、宁浩监制、沈腾领衔主演的电影《欢迎来龙餐馆》昨起公映。凭借充满烟火气的叙事质感和朴实深刻的人文内核，该片赢得不俗口碑，首日票房就突破2亿元，并带动暑期档又一波观影热潮。

口碑驱动有望成为“爆款”

尽管电影属于“极限定档”，但凭借沈腾的强大票房号召力，《欢迎来龙餐馆》早在上映前就已引爆话题。影片自8月8日起开启点映，3天点映总票房达1.6亿元，点映次日票房逆跌超50%。8月10日，影片登顶单日票房榜。点映期间，该片票房占比和上座率逐日攀升，口碑驱动的长线走势被看好。

上映首日，《欢迎来龙餐馆》拿下约34%排片，位列在映影片首位。根据猫眼专业版预测，影片最终票房有望突破20亿元。

“《八仙！》《蜘蛛侠：崭新之日》爆发之后，接棒的就是《欢迎来龙餐馆》。”北京某影院经理“弓水”直言，从目前市场反馈看，《欢迎来龙餐馆》已稳稳接下票房接力棒，较好地延续了市场热度。“《欢迎来龙餐馆》首映能有这么好的票房表现，说明沈腾和文牧野攒下的观众好感度很有市场吸引力。”他分析，目前《欢迎来龙餐馆》的口碑不错，影片大有成为爆款的机会，“总票房应该能突破20亿元，能不能冲30亿元，还得看后期表现。”

沈腾跳出喜剧舒适区

硝烟与炊烟在大银幕上震撼交织，通过普通人视角展现战争中的情感选择与人性光辉……尽管刚正式上映，《欢迎来龙餐馆》的口碑已得到业内和观众认可。这部用中国美食串联剧情的作品不仅做到色香味俱全，还引发了观众对战争、人性与和平的持续讨论。

不少观众表示，观影前看到“含腾量100%”的宣传，以为影片是爆笑喜剧，入场后才发现是探讨战争与人性的沉重题材。但多数观众认为，沈腾在片中贡献了职业生涯以来最具深度的表演。网友“小李不菜”表示，沈腾彻底跳出喜剧舒适区，褪去夸张搞笑的表演套路，用克制内敛的演绎，精准刻画小人物在战火中的挣扎、善良和成长，微表情



和细节戏都极具感染力，完成了颠覆性的演技突破。

“导演切入的视角十分巧妙，沈腾饰演的徐福是中国人，这场战争的双方与他无关。他处在战争的夹缝中，辗转于各种未知和危险之间，让观众尽可能客观地去认识这场战争。厨师这个职业也很常见，是我们日常生活所能接触到的，观众能够更好地代入他的视角，直观地感受到普通人在突然面对战争时的恐惧。”影评人“二十二岛主”认为，相较于文牧野前两部导演长片，《欢迎来龙餐馆》在技法上更成熟，美食、战争、人性在剧情中一层层铺开。

以特别视角展现中餐魅力

“文牧野回到了《我不是药神》时的水准。”影评人徐若风评价，《欢迎来龙餐馆》作为一部现实主义题材作品，在情节上一波三折、情感上一咏三叹，带给观众的冲击一轮接一轮，充满力量感。“战争下，只有‘活着’二字重如千钧。吃饭看似是最小的行为，却是世上最重要的事，这是影片背后人文主义的表达。”

此外，作为一部美食电影，导演也把自己在视听语言调度上的才华发挥到极致，充分呈现了中国美食的魅力。“二十二岛主”表示，该片拍美食甚至比许多美食纪录片更诱人，做饭流程和细节处处考究，即便是一盘简单的烩饭，也能感受到徐福对烹饪的热爱和对职业的追求。徐若风评价，影片中关于食物、餐馆、做菜的展现不只是包装，也有不少有寓意的表达，比如用厨房烟火衔接无情战火的蒙太奇剪辑等。

业内观点：“奥德赛”与“龙餐馆”有望双赢

除了《欢迎来龙餐馆》，暑期档“压轴”大片还有克里斯托弗·诺兰执导的史诗巨制《奥德赛》。该片由好莱坞明星马特·达蒙、汤姆·赫兰德、罗伯特·帕丁森、安妮·海瑟薇等出演，改编自荷马同名史诗，将于今日正式上映。

《奥德赛》时长达172分钟，极具沉浸感的震撼视听让它成为特别适合在大银幕上观赏的作品。也正因为此，在前期点映时，观影效果好的特效影厅成为大量观众首选，不少热门影院特效影厅的黄金场甚至一票难求。对此，“二十二岛主”表示，国内影院拥有多种特效影厅，各有独特的技术优势，能为观众带来差异化的感官体验，除了IMAX影厅，还有杜比影院、CINITY影厅、中国巨幕等各种选择。“各类特效影厅并无绝对优劣，只有适配与否的区别。大家可根据自身的观影偏好、预算，选择最适合自己的影厅，解锁《奥德赛》的最佳观影体验。”

至于《欢迎来龙餐馆》和《奥德赛》是否会形成激烈的竞争关系，“弓水”坦言，两部电影算不上竞品，受众不一样，应该能实现双赢。“对影院来说，有特效厅排《奥德赛》，没特效厅排《欢迎来龙餐馆》，形势挺明朗的。就看最后沈腾在《欢迎来龙餐馆》里饰演的‘厨神’能否复制甚至超越当年的《我不是药神》了。”

（北京日报 袁云儿）

国产动画之“重”，在技更在心

近年来，中国动画电影进入了一个持续产出佳作的阶段。从《哪吒之魔童降世》《哪吒之魔童闹海》到《长安三万里》《浪浪山小妖怪》再到《八仙！》，这些作品题材各异、风格不同，但让观众看到了国产动画电影的更多可能性。

从这些佳作可以看出，攒人气、留观众、推口碑，既是国产动画创作传播的递进链条，也是作品与观众之间逐步建立信任的过程。攒人气是让更多观众触及作品，留观众是使触及者愿意完成观看并形成记忆，推口碑则是让记忆者主动将其传递出去。互联网时代，动画视听技术的迭代，固然是吸引观众接触作品的外部诱因，但贯穿创作传播链条始终的，是将观众的精神困惑与审美期待转化为细腻而富有隐喻性的叙事语言，并以此回应其深层需求。只有创作者与观众建立起这种心灵上的默契与共鸣，作品才能真正触动人心，国产动画的创作生态才能获得持久的成长活力与精神分量。

国产动画的第一波小“高峰”，靠的是观众对经典神话的集体记忆。在互联网尚未普及的年代，信息传播靠口口相传。《大闹天宫》《哪吒闹海》《神笔》《九色鹿》《天书奇谭》《宝莲灯》等经典作品，依托的是几代人共同熟悉的传说文本。观众走进影院，是因为他们知道“孙悟空大闹天宫”是什么故事、“哪吒闹海”是什么传说。创作者要做的，是在观众已经熟悉的故事框架里，完成一次足够扎实的艺术呈现。此时的攒人气靠的是文化共识。作品能把观众留住，是因为他们在经典故事的重新讲述中确认了自己对“惩恶扬善”“救度众生”“天下为公”等的认同。

互联网普及之后，国产动画的观众结构发生了根本性变化。新一代观众是在互联网环境中长大的，他们面对的职场困顿、选择焦虑、身份迷茫等问题与上一代人不同。《哪吒之魔童降世》《哪吒之魔童闹海》将“魔丸”诠释为“身份认同”的困境，把“我命由我不由天”放置在哪吒做出关键选择的时刻。观众在哪吒身上看到的不是神话英雄，而是那个不肯认命的自己。《长安三万里》以高适的视角回望盛唐，表面是历史叙事，内里却是一个失意文人在时代洪流中如何安放自己的故事。高适的“大”不在建功立业的显赫，而在漫长的等待中不曾丢失“小我”的坚守。观众认可了作品，因为他们在动画里，找到了理解自己的另一种方式。

国风、国漫、国产动画，既是中华优秀传统文化的时代再现，更是在观演之间持续生长的、与每一代人息息相关的精神行动。中国动画要有自己的风格和气派，不仅在于创作者的才华与技法，更在于每一次面对新题材、新问题时，能否首先回应观众正在困惑什么、期待什么。唯有创作者与观众心意相通，观演生态才能保持健康，国产动画的成长才有持续扎根的土壤。

（中国文化报 戴谨忆）

《大唐妖探》打磨六年 主创团队分享幕后趣事

近日，中国首部喜剧探案动画电影《大唐妖探》在北京举办电影首映礼。导演程腾，联合导演黄珉，总制片人曹紫建，制片人李莹莹，配音导演张喆，对白指导程寅，领衔声音出演雷淞然、张呈，声音出演郭政建、蔡海婷、范哲琛等主创悉数亮相，分享幕后趣事。

影片讲述了立志成为“长安第一神探”的天才少年狄少（声音出演 雷淞然）与初入长安的狼妖实习捕快阿萨（声音出演 张呈）在机关长安城开启了一段笑闹互怼的刺激探案之旅。自定档以来，影片以其新奇的世界观、欢乐热血的冒险故事，以及“喜剧+探案”的类型创新，引发了无数观众的热烈讨论。

“这部电影我们做了六年。”导演程腾透露，之所以花大力气打造原创的机关长安城，是希望用轻松娱乐的方式呈现一个探案故事，适合全年龄段的朋友们观看。

谈到“机关长安城”的设计理念，联合导演黄珉表示，“我们构建的是一个有着东方幻想的架空世界，把大唐与机关结构相融合，城市里翻转招牌、空中轨道、机关



餐馆，一切都是靠机关运行的，希望让大家觉得熟悉的同时又感到新奇”。

总制片人曹紫建分享了创作团队探索国漫新类型的初心：“希望中国动画百花齐放，让观众看到更多元的作品。”配音导演张喆则表示这部电影是非常适合家庭观众看的一部电影，孩子看冒险和主角搭档，家长也能感受其中的爱与真挚。据悉，电影《大唐妖探》将于8月22日全国上映。

（据潍坊晚报）

老片扎堆“新映”

短视频时代感受长片魅力

近日，影史经典《肖申克的救赎》4K修复版正式定档，8月28日登陆内地院线。这部1994年于美国公映的影片，时隔32年迎来内地首次公映，并将全球首度解锁IMAX等修复版本，为影迷带来大银幕欣赏影史经典的体验。

豆瓣评分高达9.7的电影《肖申克的救赎》，改编自斯蒂芬·金的小说，讲述银行家安迪蒙冤入狱，在肖申克监狱的漫长岁月中，凭借智慧周旋自保、坚守本心，始终怀揣希望、追寻自由。影片摒弃激烈冲突与华丽特效，以细腻深刻的人性刻画打动无数观众，常年稳居全球各大影史榜单前列。虽然剧情围绕冤案、监狱与越狱展开，但真正跨越时代、圈粉无数的，是绝境中永不沉沦的希望与坚守。对熟稔剧情的老影迷而言，此次上映是迟到多年的大银幕圆梦之旅。

今年以来，大批经典影片集中登陆院线，多数为首次进驻内地院线。1月30日，电影《闪灵》内地首秀的票房突破5000万元；2月14日，《爱乐之城》迎来十周年重映；5月，《纵横四海》《大白鲨》《记忆碎片》接连上映；7月，《恐怖游轮》内地首映，上映12天票房突破5000万元；《杀死比尔：血色全传》完成限量点映后，还将于9月4日公映。这类影片深耕影迷市场多年，自带口碑热度，“内地首映”的独特属性，让其远比普通老片重映更具吸引力。

经典影片修复重映早已验证市场潜力。《泰坦尼克号》3D重映版曾斩获9.46亿元内地票房，《阿凡达》重制版也拿下3.75亿元票房，充分印证经典作品经久不衰的市场生命力。业界人士认为，老片修复上映并非单纯的怀旧营销。高清技术修复让经典适配现代观影标准，既满足老影迷的情怀诉求，也让年轻观众摆脱短视频碎片解说，沉浸式感受影史佳作的魅力。同时，经典影片丰富了院线影片供给，也让经典力量治愈和影响着当代观众。

（今晚报 王轶斐）