

口碑创新双爆发

2025国庆档解锁影市新生态

青岛凭“电影+”融合与人文实践领跑全省 东方影都成产业引擎

2025年国庆中秋双节落幕,中国电影市场交出的成绩单中,比18.35亿元票房更值得关注的,是行业深层转变的信号。国家电影局数据显示,档期观影人次突破5000万,国产影片票房占比高达98.93%。而猫眼与灯塔专业版报告共同指出,今年档期市场,35岁以上用户首次超五成,平均票价近五年首次下跌至40元以下。值得关注的是,“电影+”融合消费崛起、类型片创新突围、区域市场精细化运营已成为影市高质量发展的要素。

作为中国电影重镇,青岛不仅取得全省票房第一的成绩,进入全国城市票房前20名,更凭借坚实的产业基底、有温度的公益实践和深入的文旅融合,成为档期内备受瞩目的电影城市样板。



《震耳欲聋》进发“新力量”。



《志愿军:浴血和平》以4.8亿元票房成为国庆档新片票房冠军。



《刺杀小说家2》在IMAX等特效厅票房优势明显。



《毕正明的证明》印证了“好故事自带传播力”。

主旋律领跑 黑马频出 档期类型多元共荣

2025国庆档最鲜明的变化,是从“票房竞赛”转向“口碑竞赛”。灯塔专业版数据显示,国庆档票房前五名均突破1亿元,形成“主旋律领跑、多类型补充”的均衡格局。数据背后是创作思路的集体升级。

《志愿军:浴血和平》以4.8亿元票房登顶,作为系列三部曲终章,该片延续前作口碑优势,连续9天蝉联单日票房冠军,系列总票房突破25亿元。影片观众画像呈现鲜明的“家庭向”特征:男女比例均衡,40岁以上群体多人结伴观影比例突出,成为中秋团圆季的观影首选。片中“宏大叙事+个体情感”的年轻化表达,被灯塔分析师陈晋称为“主旋律的破圈密钥”。

现实题材也在这个国庆档集体发力。10月4日压轴上映的《震耳欲聋》,聚焦听障群体法律维权的冷门题材,却凭借9.6分的淘票票高分实现“逆时差突围”,四天斩获1.7亿元票房;犯罪片《毕正明的证明》则以绿皮火车上的反扒故事,靠凌厉叙事实现连续5天票房逆跌,印证了“好故事自带传播力”。从对流量明星和超级IP的过度依赖,转而通过类型元素的复合与现实题材的创新来探索新的市场驱动力。《中国电影报》总编辑张晋峰指出,本档期的一些影片展现了将现实关怀与强类型片手法相结合的探索。

类型多元化与受众分层的清晰化,更凸显市场的理智选择。《731》在四线城市拿下35.9%的票房占比,直接推动下沉市场档期票房占比升至23.7%;《刺杀小说家2》的3亿元票房中,IMAX等特效厅占比超40%,精准俘获年轻技术爱好者的心;东北地区观众热衷喜剧《浪浪人生》,华南观众则对港片《风林火山》关注度更高,展现出鲜明的地域观影偏好。

票价亲民 激活市场 “电影+”消费成新引擎

猫眼与灯塔报告共同揭示,本次国庆档的回暖并非偶然,而是“政策引导+市场调节”共同作用的结果。其中,票

价下调成为激活观影需求的关键变量。

数据显示,2025国庆档平均票价为36.6元,较去年的40.4元下降9.4%,创近三年同期最低。这一变化源于多部影片主动下调最低结算票价,其中《志愿军:浴血和平》《浪浪人生》等头部影片结算价降幅达15%,直接带动终端票价亲民化。灯塔数据显示,30-40元票价区间的观影人次占比从去年的42%升至58%,19.9元以下的低价票场次上座率提升最为显著,印证了“降价促量”策略的有效性。

“电影+”融合消费成为最核心的新增量。档期内,“电影+文旅”“电影+周边”“电影+餐饮”等模式全面开花。随着《志愿军:浴血和平》热映,其重要取景地江西上饶横峰影视基地成为文旅新热点;《浪浪人生》带火泉州梧林古村落,《刺杀小说家2》让重庆取景地客流量增加50%……此外,上海影院结合国庆主题举办老电影海报展,成都影院则开设“亲子观影工坊”等创新形式,推动非票收入快速增长,成为影院盈利的新补充。从“票根经济”到“全场景消费”的转型,让电影从单纯的娱乐产品,升级为连接文化与消费的情感入口。

新生代力量的崛起为行业注入活力。《震耳欲聋》《毕正明的证明》等新导演作品口碑票房双丰收,其聚焦现实、注重叙事的创作风格,正在推动行业从“流量导向”回归“内容本质”。

从整个行业市场看,国庆档的爆发为全年市场注入信心。猫眼研究院预测,这种创作生态的优化,叠加第四季度《疯狂动物城2》等进口大片接力,2025年全国票房有望冲击500亿元大关,较2024年增长19%以上。

青岛样本 产业硬核 与城市温度的双向奔赴

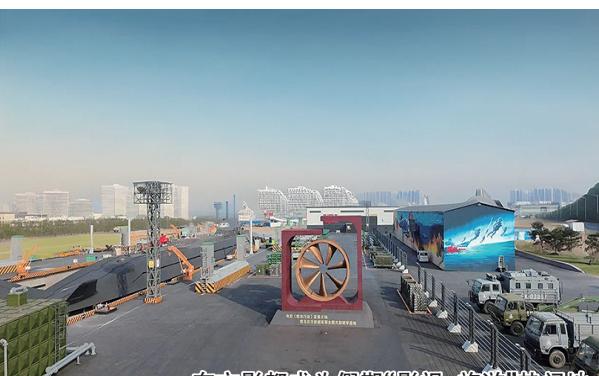
作为中国电影重镇,青岛在本次国庆档中表现突出。其成功早已超越“票房数字”的单一维度,转型为“产业筑基、文旅赋能”,其中东方影都相关影片与本土元素的联动成为最大特色。

产业端的“硬核支撑”尤为亮眼。国庆期间,青岛东方影都作为“影视+旅游”标杆登陆央视。其参与制作的《刺杀小说家2》近3000个特效镜头,该片档期票房近3亿元,背后是东方影都数字摄影棚与特效团队的工业化支撑。国庆档期有《刺杀小说家2》《浪浪人生》《731》等3部票房破亿影片的后期制作在此完成,从《731》的场景搭建到《刺杀小说家2》的奇幻视效,东方影都已成为国产大片的“幕后工厂”,巩固了“中国影都”的地位。国庆档期间,东方影都影视产业园展出《刺杀小说家2》的真实道具、人物立牌,让游客与电影隔空互动。同时,该产业园为新片《蛟龙行动》打造的实景片场,也成为假期沉浸式国防主题体验的热门场所。

公益端的“人文温度”同样可圈可点。国庆档青岛多家影院联合公益组织推出特殊群体观影专场:中影国际影城为听障人士放映《震耳欲聋》并配备手语翻译,让观众感叹“电影让我们被看见”;西海岸影城则为自闭症患儿家庭开设静音场次,让20余个家庭实现“首次完整观影”。这些公益关怀在为青岛影院增加人情味和观众粘合度的同时,也彰显了电影的社会价值。

此外,在文旅端的融合创新上,青岛影院推出的系列联动活动成功激活消费新场景。这种“电影内容落地城市消费”的模式,正推动青岛从“观影目的地”向“文化消费目的地”升级。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 贾小飞



东方影都成为假期“影视+旅游”热门地。