

火爆开局折射电影市场旺盛需求



一句“张万森，下雪了”，成为元旦出圈电影《一闪一闪亮晶晶》“下雪场”创意的由来。“没想到，2024年的第一场雪，是在电影院见到的！”爱观影的重庆女孩丹丹说。

据猫眼专业版数据，截至1月1日，2024元旦档总票房15.33亿元，创下中国影史元旦档票房新高。这一跨越新旧的档期为今年电影市场创造了良好开局，折射出市场旺盛需求。

电影市场强劲复苏

重庆UME影城宣传负责人王兴告诉记者，今年元旦市民对电影的需求强烈，据统计，元旦3天假期重庆总票房达3626.37万元，同比2023年增长161%。

“虽然都说电影是造梦的艺术，但它本质也是一种商业产品。想得到好的票房，得知道观众想要什么，也得明确自己电影的受众是谁。”重庆工商大学莫远明教授指出，从上映新片的数量，到片商影院营销各出奇招，此次的元旦档堪称“卷疯了”。

2023年，国产电影无论在票房、口碑还是关注度方面，都取得了令人瞩目的“好成绩”。国家电影局的数据显示，2023年，我国电影总票房为549.15亿元，其中国产影片票房为460.05亿元，城市院线观影人次为12.99亿。

跨年档票房创纪录不仅是短期业绩的体现，更是中国电影产业逐步走向成熟和国际化的标

志，这意味着产业政策优化、市场环境改善、产业链条完善等多方面工作取得了实质性的成效。

电影行业如何“破局”前行？

近一段时间，短视频、短剧等新形式、新媒介的兴起，在机遇与挑战并存的时代背景下，电影行业又该如何“破局”前行？

“一批新锐导演，对类型电影的掌握越来越成熟，理解更加深刻，甚至运用了更多更加多元的方式，在根本上体现出电影产业复苏的一种趋向。”中国艺术研究院电影电视研究所副所长、研究员孙承健如是说。

行业调整期内，一些新的趋势正在形成，2023年最大的意外，便是传统电影巨头的消失。随着欢喜传媒、中国儒意等新势力的崛起，逐渐对传统五大民营电影公司形成取代趋势。

“发展影视产业实际上就是做服务。”西南大学教授、重庆市电影家协会副主席刘帆坦言，重庆影视产业底子比较薄，关键是本土的产业链还不齐全。应该引进更多的人才、提供更专业的服务，让外地剧组不仅来渝取景，还把更多的后期制作留在重庆完成。

中国电影评论学会会长饶曙光表示，娱乐产业是一个充满变数的领域，希望导演们能够在新的一年中不断突破自我，为观众带来更多惊喜。

来源:《工人日报》

电视剧《繁花》热播 掀起上海 文旅新热潮



连日来，随着电视连续剧《繁花》的播出，人们对上海的城市地理及人文历史的关注度不断攀升。从城市街道到影视基地，从美食店到美术馆……众多市民和游客沉浸式“打卡”，掀起上海文旅的新热潮。

新华社记者 刘颖 摄



《家有儿女之神犬当家》 定档1月20日

合家欢电影《家有儿女之神犬当家》定档1月20日。

2005年《家有儿女第一部》播出后，很快在全国多地电视台创造了高收视率，一度成为央视午间档同时段收视率最高的电视剧。时至今日，剧中经典的台词、笑料、场景、桥段等依然流行于网络，形成各种热梗，广受大众欢迎，堪称国民IP。

此次电影版《家有儿女之神犬当家》聚焦于两个家庭，知名喜剧演员林永健搭档侯明昊饰演肖家父子，好莱坞女星梅根·福克斯则联手《变形金刚》系列男演员乔什·杜哈明化身日常爸妈，与

童星加布里埃尔·贝特曼组成一家三口。与此同时，戴着高科技项圈的狗狗亨利也在片中扮演重要角色。

影片讲述了两位天才少年奥利弗(加布里埃尔·贝特曼饰)和肖肖(侯明昊饰)在科学实验的过程中，意外与家中的狗狗建立了心电感应，通过狗狗对生活的独特视角，他们在家庭日常生活中表达爱意，彼此支持，化烦恼为欢乐。影片以全球共通性表达呈现出中国式家庭关系和中国式人文内涵，助推中国电影国际传播落地。

来源:《北京日报》