

# 《上甘岭》致敬英雄震撼观众

在央视一套黄金档开播不久,收视率就快速上涨,作为“北京大视听”重点文艺项目、北京市广电局重点扶持项目,电视剧《上甘岭》正在打破收视纪录

CSM35城数据显示,该剧开播三天后,单集最高收视率就达1.4%,单集最高收视份额达6.24%,收视份额已接近《山花烂漫时》最高数据。该剧在CVB平均收视率3.0%、收视份额13.2%,以显著优势稳居同期黄金时段电视剧第一名。

## “上甘岭智慧”退敌冲锋900多次

电视剧《上甘岭》讲述了中国人民志愿军依托坑道工事艰苦战斗43天,最终彻底粉碎“联合国军”的“金化攻势”,扭转朝鲜战场局势的军事奇迹。为了尽可能贴近真实,该剧特聘老兵和专家学者担任军事顾问和文学顾问,力求全面客观展现上甘岭战役原貌。

1952年10月,驻韩“联合国军”司令范弗里特调集兵力6万余人,大炮300余门,坦克170多辆,出动飞机3000多架次,对志愿军阵地发起高强度的火力攻击,上甘岭战役正式打响。“联合国军”190余万发炮弹、5000余枚炸弹的进攻下,志愿军阵地山头被削低两米,炮兵火力密度已超过第二次世界大战最高水平。剧集在前半段用了较大篇幅来展示上甘岭战役的“难打”,借助军事院校背景的主要人物段显峰(黄轩饰)之口,客观分析这场战役的敌我力量悬殊。

而面对强大的敌人,志愿军战士“以正合,以奇胜”,运用复杂多变的坑道巧妙灵活地与“联合国军”周旋,利用通信工具和战士之间的默契,实现步炮协同,将炮轰精准度大幅提升。

剧集深度剖析了上甘岭战役的战略博弈,以全新的军事战略视角带领观众深入体会志愿军的“上甘岭智慧”。面对敌我悬殊的火力,志愿军战士秉持“绝不后退”的信念反复争夺阵地,用自己的“硬骨



头”扛住了范弗里特弹药量,击退“联合国军”900多次冲锋。

## “上甘岭精神”赢得观众共鸣

想要打赢难打的硬仗,除了军事策略的灵活、战略补给的支持,还离不开强大的信仰支持。

剧中,段显峰是贯穿故事始终的灵魂人物,他从军事学院助教岗位主动请缨前往战场,在前线实践自己的军事理论。王雷所饰演的15军军长秦基伟、杜江饰演的12军第一副军长兼参谋长李德生,展示了中国将领运筹帷幄的战术智慧和果敢刚毅的军人风骨。袁文康饰演的八连连长冯百胜、潘斌龙饰演的连指导员胡满仓、冯绍峰饰演的谈判翻译莫远、王挺饰演的第三兵团副司令员王近山等众多角色,也无一不书写着中国志愿军坚定不移死守阵地的毅力和一往无前冲锋陷阵的革命精神。

在被“联合国军”炮火削平的阵地上,打得只剩下几十人的八连依然坚守,即便被困在坑道中整整七天没有喝到一口水,战士们也会互相谦让那唯一一颗被送进坑道的苹果。这些历史细节在剧中被完整呈现,战争之残酷,胜利之艰难,透过这一个个可爱的生命的消逝直击人心。

据数据分析机构德塔文观察,播出期间,观众对该剧的印象关键词涵盖了“真实”“推荐”“精彩”等多个侧面,可见充分尊重历史事实又符合时代需要的全景式叙述方式赢得了观众的认可。在观众的情感结构分析中,“致敬”“流泪”“震撼”“骄傲”的正面情绪占据了主导地位。通过剧中一个个具体的人物故事、一幅幅写实的战争场景,当代观众对“上甘岭精神”有了更深刻的理解和共鸣。来源:北京日报



「他」身影渐清晰  
文娱市场

日前,中国音数协游戏工委发布《2024年第三季度中国游戏产业季度报告》,《黑神话:悟空》销量已达到2100万套,销售额破70亿元,一举带火国产游戏市场。近年来,一直被视为以女性为消费主导的影视行业也在发生变化,电视剧《边水往事》强势带动了男性用户会员充值,电影《志愿军:存亡之战》以8.03亿元票房获国庆档票房冠军,表明男性消费力正在崛起。

去年年初,电视剧《狂飙》的惊艳亮相,令各大平台发现了男性对影视市场内容的需求,进行赛道细分后,《边水往事》在今年暑期上线播出。该剧在叙事上成功构建了复杂的人物关系,郭麒麟、吴镇宇、王迅、蒋奇明等男演员将角色的内心世界表现得淋漓尽致,让男性观众产生认同感。该剧的百度

指数显示,男性观众占比达到了52.32%,改变了多数剧集以女性为主的局面。同时,该剧还带动了平台会员的增长,其新增会员也以男性用户为主。

《长津湖》《战狼2》分列中国电影排行总榜冠军,显示出主打男性观众的战争题材影片极具影响力。在此基础上,近年来上映的《金刚川》《狙击手》《八佰》等作品都受到观众欢迎,这些影片在艺术手法、拍摄水准上有大幅提升,带来了更多血肉丰满、多元化的英雄群像,在当下也有着积极的现实意义。今年国庆档,《志愿军:存亡之战》拿到票房冠军。

微短剧市场中,主打男性用户的《无双》累计充值超2亿元。《超新星运动会5》《战至巅峰3》等竞技类综艺栏目采用纪实拍摄手法渲染紧张的竞技氛

围,深受男性观众关注。影视、综艺作品唤起男性消费力的同时,以男性玩家为主体的《黑神话:悟空》应运而生,其热卖原因是契合了男性追求卓越以及渴望成功的心理需求。该款单机游戏及其衍生产品的热销,显示出男性消费力正在被进一步挖掘。

男性消费价值被逐渐肯定的过程中,文娱市场上的“他”身影也逐渐清晰起来。编剧张永琛表示:“随着社会观念的变革和经济环境的影响,影视市场也在发生相应变化,主打男性内容的势头在崛起。未来,影视市场需要更加深入了解男性观众的需求和喜好,以便推出更多适合他们的产品和服务。”

来源:天津日报