

《哪吒2》助力贵阳越界影城涅槃重生 “为一屏、赴一城”的消费新场景与文旅新融合

■文/本报记者 鲍文娟

截至3月3日,电影《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)国内票房累计超过143亿元,全球票房累计突破145亿元,跃居全球影史票房榜前七名。这部现象级的国产动画影片不仅极大提振了行业信心,还助力电影产业上下游及与电影密切相关的文旅等其他产业的蓬勃发展,近期市场成绩亮眼的贵阳越界影城就是其生动缩影。

自2月17日起至3月3日,上海联和院线旗下的贵阳越界影城(双激光IMAX-GT未来方舟店)已连续十五天跻身全国影城票房榜前三,且遥遥领先未来三天的预售榜单。该影城落成时拥有全亚洲最宽的IMAX GT银幕,曾一度濒临破产,却在《哪吒2》的助力下,于2月17日登顶全国影院单日票房榜,更在2025年第8周工作日(周一至周五)间将日均观影人次稳定在4500人左右。从困境中崛起,到完善服务、推进活动、辐射文旅、规划长远,设施过硬的影城遇上内容过硬的国产影片,必然激发观众来自内心的喜爱与支持。贵阳越界影城“逆袭”的故事,看似偶然,实则蕴含必然的逻辑。

在推动文化高质量发展的经济政策支持下,“跟着电影去旅游”活动在新年如火如茶地展开。优质的影片与影城携手并肩,既能实现自身的经济效益,也能共同推动产业的持续发展与繁荣,进一步辐射到上下游产业链和其他相关领域。而打通这一产业“通路”的关键所在,便是契合百姓喜好、满足人民日益增长的精神文化需求。具体而言,既要符合百姓认知中的基本期待,又要带来超乎期待的意外之喜,在保留主流文化特征的基础上,融入创新元素。守正创新,既是电影产业走向更高台阶的路径,也是让百姓在文化消费中获得精神满足的关键。

《哪吒2》助力贵阳越界影城涅槃重生,成为己巳蛇年的一个美好开端,提供了值得借鉴的典范。作为文化产品的电影与作为文化消费空间的影城,这两个电影产业的重要环节携手并进、相互成就,从人民群众的美好精神文化需求出发,将不断拓宽并稳步推进产业经济的协同发展之路。

◎ 硬件卓越,静候花期



贵阳越界影城(翟宏伦摄)

作为民营企业的贵阳越界影城位于贵阳市云岩区,距市中心“喷水池”约6.5公里车程。影城于2018年9月开业,设有9个影厅,总座位数1826个,其中最为人熟知的是IMAX GT影厅。据越界影城贵阳区域经理冯志鹏介绍,影厅可容纳714名观众,银幕宽32.16米、

高18.17米,总面积达到584.3平方米,建成时是亚洲第一大影厅、亚洲第一宽银幕。IMAX GT代表“Grand Theater”(大影院),是IMAX技术的延伸版,超大尺寸银幕配备更高的清晰度、亮度和对比度,使画面更加生动,再结合沉浸式音响系统,带来与普通2D、3D影厅截

然不同的观影体验。走进贵阳越界影城IMAX GT影厅,观众无不为其屏幕尺寸所震撼,仿佛看到一座壮丽的山脉矗立眼前。

尽管硬件条件卓越,贵阳越界影城曾因区位不佳、成本高昂以及扩张失利等问题,长期处于亏损状态,员工一度减少至仅六人。该影城由重庆越界影业投资运营,属于民营企业,创始人张智表示,IMAX GT影厅的投资高达3000多万元,“因为需要双激光,否则那么大的银幕打不满,而且再加上IMAX的品牌管理费、维护费等,整体经营成本超高。”2021年,因债务危机,法院裁定破产清算,贵阳门店一度停业,后通过破产重整程序恢复运营。过去,贵阳越界影城的单日最高观影人数仅为1786人次,淡季时甚至日均不足200人次。

就这样一家半一个多月前都还在中国影院单日票房榜几百名开外的影城却因《哪吒2》突飞猛进,春节假期之后

跃升至全国第一,登顶以来观影突破74000人次并吸引到40%的省外影迷,以一己之力“带活”整个商场。

如此悬殊的前后对比,堪称一段“传奇”故事。

从影城的独特性来看,这样的突破其实并不意外。正如人们常说,“机会总是留给有准备的人”,贵阳越界影城凭借其中国之“最”的银幕与影厅,早已具备了超出人们期待的条件。犹如一艘设施过硬的大船,万事俱备,只欠东风,而这股“东风”正是《哪吒2》。与影城类似,《哪吒2》同样具备独特的魅力:基于中国神话传说的主题,顶尖的动画技术,立体的角色塑造,宏大叙事伴随细腻情感,传统文化伴随现代演绎……优秀的电影作品适逢新春佳节,观众在对娱乐活动与文化氛围的双重高需求驱动下走进这家独特的影院,影院硬件与影片内容完美契合,恰到其时地爆发出强大的“化学反应”,必定为观众带来超乎预期的文化消费体验。

◎ 链接

12天
2月17日起至3月2日,越界影城已连续14天跻身全国影城票房榜前二位

6800人
2月22日,越界影城单日观影人次超6800人

两周
越界影城连续两周(2025年第8周、第9周)登顶全国影院人次榜,人次分别为3.37万人、3.55万人

32.16米
越界影城IMAX GT影厅银幕宽32.16米、高18.17米,总面积达到584.3平方米,建成时是亚洲第一大影厅、亚洲第一宽银幕

42.7万元
3月1日,越界影城单日分账票房收入达42.7万元(不含服务费)

7.4万人
登顶全国票房榜以来,越界影城观影人次突破7.4万人

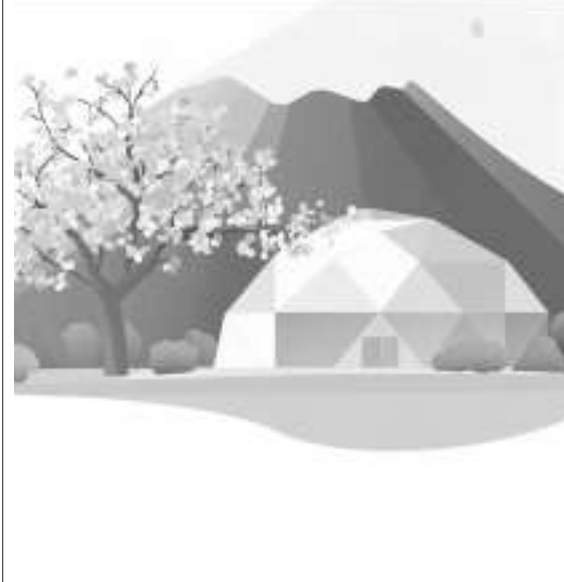
50%
春节档以来,越界影城观众40%以上来自贵州省外,周末省外游客占比达50%

376%
春节期间,越界影城周边美食搜索量较节前增长了376%

40%
春节期间,越界影城周边酒店入住率同比增长40%

越界影城“爆火”的二三事

- 客流量从2月14日开始攀升
- 云岩区委志愿者2月18日前来服务
- 增设自助取票机、指示标识、行李寄存处
- 与周边商户共同举办大熊猫主题快闪市集
- 贵州制族大歌乐团现场演出
- 2月23日影城外立面翻新与环境绿化完成
- 云岩区文旅局发布周边吃喝玩乐线路图
- 与周边酒店联合推出优惠活动
- IMAX GT厅看《哪吒2》领贵阳文旅消费券



◎ 彰显优势,冲上第一

“2025年2月14日开始人突然多起来,本地、外地影迷来‘二刷’‘三刷’的都有。”影院经理冯志鹏观察到,“在网上看到我们的报道后,有更多影迷接着过来,客流量一天天地越来越大。”在观众自发直播的画面中,即使是工作日,影城内依旧人潮涌动。数据显示,该影城近期整体上座率已超过50%,日均营收突破30万元。

本地的《哪吒2》粉丝前来越界影城,主要是因为影片激发了他们反复观影的兴趣,欲挖掘更多的故事情节与画面细节,这一切都离不开更大、更清晰的银幕。外省市的影迷则往往因距离适中、路费与时间成本适宜却能有超常体验而选择前来观影。然而,单靠这两类影迷,越界影城冲上单日票房榜首仍然不足以实现,高上座率的背后,潜在观众的加入至关重要。

这些潜在观众或许并非坚定的“铁杆”影迷,但亲友的口碑相传及视频号或新闻的推送,将他们吸引到影城。很多观众不仅是为了观影而光顾,还提到许多其他理由:认为“这里热闹”想来看看,作为本地人看到新闻希望“来捧场”,在社交平台里看到影城的外表很“酷”,想



观众在越界影城看《哪吒2》(欧东衢摄)

加入这场提前好多天的“抢电影票”……在观影后的反馈中,观众还提到大屏尺寸的壮观独特、座椅的舒适按摩,以及观影的整体新奇体验感。观众对新鲜事物的渴望和对热门事件的参与感,是推动越界影城客流量进一步积累并冲上榜首的关键。越界影城与《哪吒2》的完美结合,从多个维度满足了区域市场观众的需求,并恰到好处地通过有效传播传递到观众面前,自然而然地促使更多人主动规划

了观影行程。

贵阳及周边省市的观众在时间上较为充裕,且普遍更喜爱新鲜事物和新鲜体验的冲击,而其他地区的观众未必具有完全相同的偏好。对于很多一、二线城市的观众而言,由于文化消费形式更为多样,生活节奏较快,他们可能并不热衷于追求“新鲜东西”,而是更希望寻求情感上的慰藉或是疲惫中的休憩;对于一些人口结构以中高龄为主的乡

镇,百姓们更愿意消费符合他们传统认知、能带来熟悉感和温暖感的高质量文化产品。不同地区不同类别的观众需求重点很可能迥然不同,因此走到观众中去调研,了解不同群体的喜好和心理需求,描绘出清晰的目标观众画像,精准把握观众的文化消费诉求,是打造文化产品的关键。

此外,信息的有效传递至关重要。通过调研分析观众需求,精准撰写宣传文案,并以目标受众最常接触的渠道进行推广,能确保信息的有效触达。无论是本地视频号、火爆的本地博主、社交媒体平台,还是人们“小圈子”内的口碑相传,这些传播途径都能有效吸引潜在观众。当人们看到符合自己根本兴趣与需求的内容出现在眼前,便会相信这项活动能带来愉悦,相信这项文化消费值得参与。高质量的文化产品必定拥有独特的优势,但这种优势并非来自生产者的单方面设想,而是从消费者需求出发,寻找契合点。挖掘出百姓喜闻乐见的产品特点并注重传播渠道的有效性,精心打磨每一个环节,方能提升质量、效果与效益。

◎ 服务完善,体验升级

流量要想变为“留量”,留住人、稳住口碑并进一步吸引更多观众,关键在于提升服务水平。“我们看到影迷的反馈后第一时间落实集市,志愿者也在18日,就是影城登顶票房榜的第二天开始帮忙。”冯经理介绍道,“因为好的电影和好的影城环境是相互成就的,我们要努力服务好每一位省内外影迷。”

在影城内,随处可见《哪吒2》相关的人物贴纸装饰。例如,电梯厢内展示

的是敖丙形象,并附上幽默标语“最狠的‘结界’不是天雷,是电梯里的二手烟”;垃圾箱上的申公豹形象则配有生动的提示“垃圾不乱丢,申公豹也点头”。此外,影城还通过直播,向广大网友展示了外立面的清洁过程,绿植也种得更加茂盛,周围路面地砖亦进行了检查和更换。区域商业管理负责人姚经理透露,后续还有第二期改造,更新老旧灯光并增加装饰灯带,提升整体环境美观度。

步入影城,云岩区新时代文明实践服务站的志愿者们正在有序帮助观众,服务台上提供饮水处、医药箱等设施,要“让观众喝上热水”。影城还增设了自助取票机、指示标识、行李寄存处,并提供免费3小时的地下停车服务。影城与周边商户共同举办了大熊猫主题快闪市集,所在商城还售卖本地特色酸辣小吃与非遗手工艺品。贵州侗族大歌乐团现场演出,营造浓厚的传

统文化氛围,让鲜活的千年非遗之声为国风动画电影注入灵魂,吸引众多观众围观、录制视频。

为保障观影群众的出行需求,贵阳公交云岩分公司和交警部门紧密配合,制定了高效的“市区摆渡专线”观影疏导方案。在影城和政府部门的全方位服务完善的支持下,前来越界影城的观众可以说是看有玩有休息、有吃有喝有得逛,顺利顺心顺意。(下转第5版)