

全国艺联“影像之灯· 中外电影名作展”开幕



本报讯（记者 李佳蕾）10月29日，2025年全国艺术电影放映联盟（后简称全国艺联）“影像之灯·中外电影名作展”开幕式在北京英皇电影城（三里屯太古里店）举行。国家电影事业发展专项资金管理委员会办公室副主任刘豫霞，中国电影资料馆副馆长陆亮，中国港台电影研究会会长孙向辉，以及此次影展各合作方代表与到场观众共同见证影展启幕。

此次影展为期三个月，自预售启动以来，影展受到全国各地影迷的热烈关注与积极响应。截至目前，预售

总票房已突破200万元。此次展映将在50家全国艺联加盟影院持续进行，让影迷朋友们尽享跨越时空的影像艺术之美。

“今年上半年全国艺联‘时光之镜’影展上，我们曾以《神女》4K修复版，与观众朋友们重温了阮玲玉女士在默片时代的艺术风华。如今，我们再以《阮玲玉》4K修复版续写这份对电影艺术的敬意。”陆亮在致辞中表示，“全国艺联希望以影展为契机，让更多有意愿有能力的艺术电影院与热爱电影的观众共享电影与艺术的美好时光。

希望‘影像之灯’不仅能照亮银幕，也能点亮每座城市的电影文化氛围。”

开幕式现场，观众不仅欣赏到了4K修复版《阮玲玉》，还通过关锦鹏导演独家录制的导赏视频，深入了解导演如何引导演员张曼玉深入角色、共同收集历史资料等幕后故事，为观影体验增添了独特的学术与艺术价值。

此次影展策划“时光长明”“人性烛照”“形式破界”“文明棱镜”四个单元，除《阮玲玉》之外，展映片单还有《哀乐中年》《四百击》《五至七时的克莱奥》《蜂巢幽灵》《城南旧事》《乱》《特

中影创新横店推介会亮相引行业关注

本报讯 2025年中国（横店）国际影片交易会暨第二十八届全国影片推介会现场，中影创新电影发展（北京）有限公司以一场别开生面的业务推介，完成了在全国行业同仁面前的“首秀”。作为中国电影产业集团股份有限公司发行板块新的成员，中影创新公司将专注于各类内容在影院外的发行放映，在推介会现场不仅向业界展示了其自主研发的“点对点”内容发行放映平台，更以创新的业务理念引发行业关注。

推介会上中影创新介绍，依托中影集团深厚的全产业链优势，其倾力打造了具有自主知识产权的“点对点”内容发行放映平台。这个创新平台正在重新定义观影的边界——它将银幕从传统的影院空间中解放出来，让优质的电影内容得以在任何时间、任何地点，以专业级水准呈现在观众面前。

在技术装备方面，平台采用最新一代数字放映服务器，确保在各类非传统放映场所都能实现稳定可靠的放映效果。支持2K标准的高清画质，配合专业级音响设备，即便在户外环境中，观众依然能享受到沉浸式的观影体验。这种技术突破让“无界放映”从理念走向现实——社区广场、校园操场、乡村院落、部队营地，处处皆可化为观影空间。

这正是中影创新独具特色的“场景赋能”理念的生动实践——通过创新的技术平台和灵活的运营模式，让电影真正实现了“随时随地，随心观赏”。在此前的相关实践中，平台走进八一学校的校园，助力“大思政课”的开展，打造了集美育、德育为一体的全新思政教育场景；也为“京剧电影工

程”打造了京杭运河沿河六城特别放映，在运河文化广场、码头港口通过光影带来传统文化之美；与红旗出版社共同推出“中影红旗课堂”，将为全国大中小学、企事业单位、街道社区等提供具有思想性、理论性和亲和力、针对性的合规优质内容资源；在与京东的合作中，电影幕布在阳澄湖的广场、商场支起，给蟹农蟹商带来视听盛宴；积极响应全国少工委与国家电影局关于开展“红领巾的光影记忆”爱国主义教育主题观影活动的统一部署，在中央团校以2K规格放映了正在上映的纪录片《窗外是蓝星》；第十八届中国国际儿童电影展“向经典致敬”单元中，中影创新走进双城四站，将光影故事融入孩子们的成长时光。

中影创新放映平台片源优势突出，不仅拥有涵盖中外经典与热门影

片的海量片库，更在内容分类上匠心独运：既有适合教研的科教影片，也有传承红色基因的主旋律作品，还有适合家庭观赏的合家欢电影。特别值得一提的是，平台与各大片方建立了深度合作，新片上映速度领先于主流流媒体平台，让观众在影院外也能第一时间欣赏到最新影片。同时，平台还提供个性化定制服务，可根据不同机构的需求，量身打造专属主题影展。

10月，横店采购中影创新2台放映新设备，利用中影内容发行放映平台，在当地片场、山谷、营地打造了一系列特色户外放映活动，共同构建全域电影生态新范式。夜幕降临，广州街·香港街上，《铃芽之旅》的现代奇幻与街区的复古建筑群相映成趣，而《我和我的父辈》的时代叙事与街景的历史感相互呼应。而梦泉谷栖谷野奢帐



写》《蓝白红三部曲之白》《罗拉快跑》《柔道龙虎榜》《被嫌弃的松子的一生》《步履不停》《大法官金斯伯格》等14部跨越半个世纪的中外经典影片，多部影片为新近4K修复版珍贵首展。

中国电影资料馆节目策划沙丹在推介影片时表示，此次影展影片特意选取涵盖不同时期的世界电影史代表作，多部影片与上半年的“时光之镜·中外经典影片展”有所呼应。希望这些经典电影能够走进更多影院。

现场还设有中国电影资料馆的文创品牌“影资文创”专区，以及为此次影展特别打造的衍生品市集，限时展售多款文创产品。其中包括以《阮玲玉》为主题的折叠菲林片纪念册、抽拉变色冰贴贴、海报、专属影展手册等。市集吸引了大量影迷驻足选购，成为开幕式上一道独特的文化风景线。

此次影展是全国艺联为纪念中国电影诞生120周年，世界电影诞生130周年特别策划的活动，也是继上半年“时光之镜·中外经典影片展”之后，再次推出的主题放映活动。观众可以在北京、上海、广州、深圳、济南、南京、杭州、长沙、武汉、成都、厦门、西安、郑州、天津、重庆、昆明、青岛、长春、苏州、兰州、太原、合肥、南昌、沈阳、福州等25个城市的50家全国艺联加盟影院感受经典影片的艺术魅力。

篷营地的草坪上，观众们倚着露营椅，在朦胧夜色与银幕微光的交错中感受《白蛇·缘起》的唯美东方奇幻与《傲慢与偏见》的经典爱情篇章；山也营地则以其独特的自然氛围为观影体验增色——《2001太空漫游》在营地点亮科幻之光，《罗马假日》的浪漫情节在星空下缓缓流淌，为户外生活注入浓郁的文化气息。

据介绍，此次横店特别放映将持续至11月14日。这种将电影放映与旅游、休闲、文化体验深度融合的模式，正是中影创新“无界放映”理念的最佳实践。通过精选具有影视和年代特色的标志性场景，横店将普通空域转化为全民参与的轻社交场域，依托风格多样的空间场景和专业的服务水平，让电影艺术真正走进人群和生活，使艺术变得可触可感。（支乡）

中国电影联合展台首登东京国际电影节



本报讯（记者 姬政鹏）第38届东京国际电影节于10月27日至11月5日举办。电影节期间，由国家电影局指导，中国电影合作制片公司（下称“合拍公司”）组织设立的“中国电影联合展台”携《志愿军：浴血和平》《只此青绿》《窗外是蓝星》《流浪山小妖怪》等180余部优秀国产影片集体登场。此次展台汇聚了中影股份、华夏电影、电影频道、中国电影资料馆、华人影业、光线影业等60余家国内重点电影机构，通过特装展位展示、优秀影片放映、VR技术体验及多场专题推介活动，全方位呈现中国电影产业的蓬勃活力与创新成果。

市场表现强劲稳健 国际合作基础坚实

2025年，中国电影市场继续展现着强劲韧性 with 增长潜力。截至10月22日，全国电影票房已突破440亿元，超越2024年全年，正向500亿元的年度目标迈进。海外市场上，中国电影的国际影响和品牌价值也在持续放大。截至10月20日，中国电影年度海外票房已突破10亿元（约合1.4亿美元），覆盖全球46个国家和地区。年内，海外票房收入超百万美元的中国影片达13部。其中，《哪吒之魔童闹海》海外票房收入达6900万美元，是近年来海外票房收入最高的中国电影。

稳健的市场表现为中国电影联合展台引来了不少人气。展台现场循环播放的中国电影最新发展成就主题宣传片，以翔实的图文影像资料系统梳理了中国电影在票房增长、产业政策、技术革新及国际合作等方面的突出成果，吸引了众多国际片商、发行平台与电影节选片人驻足交流。展台现场准备的英文宣传手册得到踊跃取阅，体现了国际同行对中国电影产业生态的深度关注。

内容技术双轮驱动 创新表达赢得瞩目

此次展台重点呈现了中国电影在题材多元化与技术前沿探索上的最新成就。参展的186部影片涵盖动画、科幻、动作、文艺、纪录等多元类型，既有《射雕英雄传：侠之大者》《封神第二部：战火西岐》等展现中华优秀传统文化的IP巨制，也有《奇遇》《最小的大片》等聚焦现实生活、传递人文关怀的温情之作，还有《流浪山小妖怪》《聊斋：兰若寺》等体现高水准制作技术的动画电影。其中，中央广播电视总台领衔出品的《窗外是蓝星》作为中国首部8K太空

实拍纪录电影，以其独特的科技美学与人类共同情感的表达，彰显了中国电影在科技赋能艺术领域的跨越式进步，成为中外嘉宾热议的焦点。

今年以来，虚拟现实影片吸引了全球电影从业者的广泛关注，中国在此领域处于世界领先地位。自今年3月《国家电影局关于促进虚拟现实电影有序发展的通知》发布以来，全国已有近百部虚拟现实影片申报备案，国庆期间，《唐宫夜宴》《流浪山小妖怪：妖你同行》等作品也通过试点影院得到了市场验证。

此次联合展台特别增设VR体验区，依托《地心游记》《木兰2125》等虚拟现实影片样片，向国际业界直观展现中国电影在技术创新与业态融合上的前瞻性布局。展台期间，不少海外影人通过专业设备沉浸式感受了中国电影在新技术赛道上的积极探索。

推介活动精准务实 文化交流深度推进

为提升中国电影的国际传播度与 合作实效，合拍公司还在电影节期间策划了一系列专业活动。

10月29日，合拍公司组织放映了《窗外是蓝星》《流浪山小妖怪》《奇遇》三部中国影片，通过片中对 中国航天魅力、中华优秀传统文化以及“跟着电影游中国”“跟着电影品美食”等国内文旅元素的展示，进一步激发了海外观众对中国自然人文景观的向往。

10月30日，合拍公司主办了“中国电影推介会”。活动立足亚洲市场 共性审美与发行需求，参展片方代表通过片花展示、主创分享、主题宣讲等形式集中推介了《窗外是蓝星》《只此青绿》《刺杀小说家2》《无名之辈：意义非凡》《震耳欲聋》《喜羊羊与灰太狼之守护》《落凡尘》等10余部重点作品，不少国际买家对推介影片表达了兴趣。

10月31日，合拍公司还联合北京大学影视戏剧研究中心、浙江大学国际影视发展研究院共同举办《“中国电影蓝皮书2025》《中国电视剧蓝皮书2025》首发式”。北京大学教授陈旭光、浙江大学教授范志忠向来自世界各地的业界人士介绍了中国影视行业最新发展成就，并分别从产业观察与文化研判角度解析了中国影视作品的创新路径。

这是中国电影联合展台首次亮相东京国际电影节。合拍公司负责人表示，展台致力于成为中国电影对外展示的窗口和拓展合作的平台，今后将继续以电影为媒，以展台为桥，将更多蕴含东方智慧与当代精神的作品推向世界，在文明互鉴中书写光影交流的新篇章。

电影《旁观者》11月1日全国公映

本报讯 11月1日，由松太加执导、杜庆春监制，陈坤、王砚辉、刘敏涛领衔主演，容中尔甲、安泽豪、班玛加、陈依莎、单禹豪主演，王劲松特别出演的电影《旁观者》正式登陆全国院线。

该片主要讲述离家16年的陈家辉（陈坤 饰）得知父亲陈为民（王劲松 饰）病危，重返故乡。葬礼后，陈家辉与哥哥陈家兴（王砚辉 饰）、姐姐陈家媛（刘敏涛 饰）整理父亲遗物时，逐渐察觉父亲身上似乎隐藏着许多不为人知的秘密。带着困惑与心结，陈家辉开始探寻父亲生前的生活轨迹，试图拼凑出父亲真实模样……

影片以“旁观”为叙事锚点，用非线性的镜头语言，缓缓铺展一段缠绕着家庭羁绊、记忆迷雾与和解渴望的深刻记忆。这部聚焦中式家庭情感的作品，以悬疑笔触剖开亲情肌理，用细腻叙事搭建心灵桥梁，在银幕上展开了一场关于理解与和解的深刻探寻。片中，创作者不依赖刻意的反

转，而是通过细节的累积与留白的艺术，强调“看到什么、选择相信什么”的主观经验，在一众“戏骨”的演技碰撞中，让观众逐步沉浸，最终抵达关于父亲的真相。

该片于10月31日在长沙举行首映礼。中共湖南省委宣传部副部长、省电影局局长任晓山，湖南广播电视台副总（湖南广播电视台）党委书记、副总经理，潇湘电影集团党委书记、董事长谷良，湖南省委宣传部电影处处长刘开云等参加活动，并对影片的艺术价值与社会意义予以高度评价。

电影《旁观者》由潇湘电影集团、无邪传媒（北京）有限公司、华章天地传媒投资控股集团有限公司、赣州旅游投资集团有限公司、湖南蜜好电影有限公司、东申（上海）影业有限公司、无邪影业（海南）有限公司、北京笑脸国际文化传媒有限公司出品。

（姬政鹏）

万达电影发布第三季度财报 净利润同比增长超200%

本报讯 近日，万达电影发布2025年第三季度财报：前三季度归母净利润达7.08亿元，同比增幅达319.92%；第三季度归母净利润达1.73亿元，同比增长212.04%。同时，其国内直营影院市场份额继续稳居行业第一。

今年上半年，《哪吒2》等“爆款”影片引燃院线，及至暑期档，大量优质影片不断满足观众多元化的观影需求，带动票房和人次不断提升，再次印证了中国电影市场的韧性。仅就第三季度而言，全国电影票房达到127.2亿元（含服务费），较去年同期增长17.2%。

观影人次达到3.4亿，较去年同期增长29.8%。

作为行业领军者，万达电影投资出品的《南京照相馆》《长安的荔枝》等电影已于第三季度上映。其中《南京照相馆》票房超30亿元，斩获暑期档票房冠军；《长安的荔枝》实现票房6.9亿元，并获得第38届中国电影金鸡奖“最佳故事片”等6项提名。

万达电影于第三季度实现国内直营影院票房18.8亿元（含服务费），观影人次4504.8万，7-9月累计市场份额较上半年稳步提升。这得益于万达电影的深耕直营的发展策略。财报内容

显示，2025年以来，公司加大直营影院拓展力度，不断提升整体资产质量，公司单影城产出约为非万达影城均值的三倍。

在深耕直营的策略下，2025年万达电影直营门店的TOP影城情况同比提升明显，其中TOP50影城17家，较去年同期增加1家；TOP100影城45家，较去年同期增加3家；TOP500影城229家，较去年同期增加16家。其中，2025年万达电影于深圳市新开了3家直营门店，截至10月19日，这三家新影城均在短时间内进入深圳市TOP20。

公开信息显示，今年暑期档，万达电影的IP衍生品销售总额达1.06亿元人民币，比去年同期几乎翻一番。档期内，万达电影开展“超级娱乐动漫市集”等主题营销活动，通过整合IP、场

景与人群，这些运营动作有效提升影院坪效和会员黏性。

十一黄金周，万达电影与头部游戏IP《恋与深空》发起联名活动，得到游戏玩家普遍认可。数据显示，联名活动线下曝光触达1.6亿人，“心动暗号”被说出130万+次，店均客流拉动增长50%。

独具特色的商品，尤其潮玩产品为万达电影带来值得期待的新方向。从相关布局来看，万达电影不仅投资了知名IP玩具品牌52TOYS，其自身在潮玩领域的一系列动作也初步取得成效。万达电影相关负责人表示，将继续深化IP全产业链运营，结合自身在影视内容及影院渠道的资源优势，通过“授权+原创”的双轮驱动与数智化创新实践拓宽IP变现路径。

（姬政鹏）