

多元影片国庆上映 “电影+”释放市场活力

新华社北京10月6日电 光影贺华诞,市场新热潮。
这个国庆假期,多部新片集中登陆院线,“电影+”跨界融合持续升温。人们徜徉光影世界,汲取精神滋养,凝聚前行力量。

多彩影片,丰富假期生活

10月1日上午9时许,上海影城已陆续迎来观影人群。影城推出“早早场超值观影”活动,吸引不少观众赶早场。
上海市民张女士一早来到影城,观看9时30分杜比剧场放映的《神探之痕迹》。“我偏爱刑侦题材,听说这部电影取材自真实案件,打算先睹为快。”她说。
今年国庆,电影市场迎来多部新作。截至10月6日,国庆档总票房超10亿元,连续6天单日票房过亿元。
《神探之痕迹》以“七一勋章”获得者、中国首席枪弹痕迹鉴定专家崔道植的先进事迹为蓝本创作,档期前4天稳居单日票房榜首。

《“神探之痕迹”》融入犯罪、悬疑等元素,用类型片手法为英模题材影片创作开辟新路径,有效激发大众观影热情。”中国电影评论学会秘书长胡建礼分析,影片细腻还原崔道植的人生轨迹,凭借立体鲜活的人物塑造打动人心。
《“神探之痕迹”》的探索元素,《重生2》主攻硬核打斗,《活色生香》聚焦中老年群体情感,《小猪佩奇·完美假期》强调合家欢属性……不同题材类型影片同台竞技,满足不同群体观影需求。
在胡建礼看来,假期前中后期都有新片上映,是今年档期的鲜明特点。3日《重生2》、5日《生化危机:爆发夜》接续登场,均带动单日票房上涨。
《“神探之痕迹”》的探索元素、《什么意思夫妇》的喜剧底色,都具备一定受众基础,档期表现相对稳健。”猫眼娱乐市场分析师赖力表示,期待国庆档影片后



10月6日,观众在黑龙江省绥化市一家电影院查看电影信息。新华社发

续能拥有较强长尾效应。

多元经营,焕新观影空间

为纪念红军长征胜利90周年,“光影墨韵·中华文脉——跟着电影重走长征路”主题活动近期在北京天天中影汇火热开展。
活动期间,影院每日公益放映长征主题影片《追光者》,现场搭建长征主题非遗市集,上线《长征·英雄》VR影片。市民游客在沉浸式体验中回望峥嵘岁月、厚植家国情怀。
今年6月,国家电影局、市场监管总局印发《关于促进电影院多样化经营繁荣发展电影院文化的通知》,围绕影院业态创新、模式创新、服务创新等提出10条举措,为影院转型提供指引。
政策助力下,多地影院引入特色产品、拓展多元业态,打造集观影、社交、娱

乐、消费于一体的综合性文化体验空间。
9月30日,2026中国网球公开赛晚场揭幕战在北京打响。围绕今年中网公开赛,华夏电影与百余家影城合作推出银幕直播活动。
“将网球顶级赛事搬进影院,既能盘活影院闲置时段,丰富非票收入渠道,也能触达观影群体之外的新客群。”华夏电影院线大客户部经理申颖说。
国内首座全CINITY LED覆盖影院——伍佰坞1日在杭州开门迎客,打造“剧院式演播吧”“电影图书馆”“懒人沙发厅”等9大主题影厅,吸引不少观众专程体验。上海联和电影院线打造“深夜放映局”,锚定21时后的夜间消费窗口期开放观影名额,假期前4天累计拉动1.6万余名观众消费。
复旦大学新闻学院院长周葆华认为,以新供给创造新需求,以新需求引领

新供给,影院深耕多元经营,不仅为不同人群带来新鲜体验,更是把银幕资产盘活为城市文化空间,倒逼影院硬件升级、服务迭代。

多样消费,激发市场活力

金秋十月,黑龙江伊春层林尽染。国庆假期,当地开展“跟着电影去旅行·畅游森林里的家”文旅互惠活动,看电影、游林海、赏秋景成为当地新晋休闲方式。
“凭景区门票观影可以打8折,我逛完景区就前来体验了。一趟旅程两种体验,选择更丰富。”北京游客康嘉文告诉记者。
今年以来,“中国电影经济促进年”系列活动持续升温,中国电影产业正加速从“票房经济”向“票根经济”、从“观影消费”向“多元业态消费”转变。
英歌舞、醒狮采青、傣舞轮番巡游,电影场景精彩还原,古风街区灯火摇曳……这个假期,广东中山影视城打造“侨批文化”实景打卡点,推出多场演出项目,假期前三天累计接待游客超1.7万人次。
“我们把影视故事化作可行走可参与的街景,让游客从旁观者变成‘剧中人’。”中山影视城市场部经理萧梦雨说。
银幕之外,“电影+”深度嵌入文旅等业态。“跟着电影去旅行”等活动深入推进,将银幕“流量”转为文旅“增量”。
循着光影,奔赴宁夏石炭井文旅影视小镇,打卡《欢迎来到龙餐馆》里的异域风貌;前往哈尔滨,探访《神探之痕迹》里的北国风光;走进上海弄堂,体验《活色生香》里的市井温情……
“如今各地不断探索‘电影+’跨界玩法,联动餐饮、零售、文旅、衍生品,打造假日文化消费的新场景。”周葆华说,从“卖座”到“聚人”,银幕上的光影正走向更广阔的消费空间。

产业边界不断延伸 骑行热何以“蹬”出消费新赛道

新华社南京10月6日电 秋日太湖,碧波万顷。江苏无锡滨湖区马山,一条40多公里的湖畔骑行道上,车轮碾过路面,沙沙作响。来自苏州的王星宇一家三口,迎着湖风一路向前。这个国庆假期,他们没有挤向热门景区,而是选择用两轮车丈量湖光山色。
“沿着太湖骑行,累了就歇歇脚,这种度假方式太棒了。”王星宇说,他和妻子、儿子都是户外运动爱好者,七天假期将以骑行方式度过。“从未尝试过,很新鲜。我们不追求骑行距离和速度,一家人以这种方式出游,有参与感、凝聚力,还能增长见识、锻炼身体。”
他们从苏州出发,第三天来到马山。这里挨着太湖,是国家级旅游度假区,骑行爱好者络绎不绝。马山的骑行道也是环太湖国际公路自行车赛赛道之一,今年11月,中国公路自行车公开赛将在此点燃竞技激情。

我国是全球最大的自行车制造国。曾经被视为代步工具的自行车,正被越来越多的人重新爱上,骑行成为一种绿色、健康、时尚的运动。
王星宇是苏州一家业余骑行俱乐部的成员。俱乐部成立半年,已有2500多人,定期举办活动,分享装备经验、骑行技巧等。“包括我在内,很多人因为骑行身体指标都变好了。”王星宇说。截至去年,像这样的业余骑行俱乐部全国已超8万家。
从骑行装备到骑行社群,围绕骑行形成的新消费生态正在各地快速壮大。
随着骑行技术提高,装备升级成为自然选择。“我第一辆自行车花了2500元,最近换了一辆,加上各种配件组装,整体价格超过1万元。”骑行爱好者李斌介绍,而一些顶级定制款价格甚至超过10万元。头盔、车灯、骑行服、护目镜、运动相机等,都是细分市场里可额外购置的装备。
在南京一家自行车商贸门店,各式自行车整齐陈列。“现在大家买车,不单看颜值,还看重车架用料、车身设计等。”店长张澜说。
数据显示,截至去年8月底,我国骑行用户已突破1.3亿,自行车产业产值达3000亿元。社交平台上,骑行相关话题播放量已达数十亿。
据知名自行车制造商捷安特相关负责人介绍,其在国内已拥有3000

多家门店,还抓住女性骑行消费崛起的趋势打造女性自行车品牌,根据女性身形特点、审美喜好等进行定制化设计,近年来销量持续向好。
赛事热度,正把流量变成消费增量。今年在浙江千岛湖举行的公路自行车公开赛,引入70多家自行车装备展商,吸引消费超过1500万元;湖北每年举办骑行赛事及相关活动超1200场,参与人次超150万。
有专家指出,大众对低碳、健康生活的追求是骑行热的内生动力,城市基础设施的完善则提供了硬件基础。2024年,《中共中央 国务院关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》提出,加强人行步道和自行车专用道等城市慢行系统建设。今年5月,《城市更新“十五五”规划》提出,建设改造人行步道、非机动车道,构建城市绿色慢行交通系统。
各地积极打造骑行友好城市。上海黄浦江沿岸45公里骑行道全线贯通,从外滩到徐汇滨江一路畅通,成为网红骑行线路。北京通州大运河骑行道配备智能照明系统和5G监控设备,夜间照明亮度增加,沿线还设置多个休憩驿站,配备急救箱、儿童座椅租赁等设施。
今年5月,北京部分地铁线路试点允许携带自行车乘车,在双休日开启“轨道+骑行”模式——携车进站、出站即骑、直达目的地。此前,深圳、苏州、常州等地地铁已率先“破冰”,在非高峰时段对接城郊骑行绿道。
不少城市还依托山水、乡村资源等打造特色骑行线路,举办骑行赛事,带动沿线民宿、餐饮、乡村旅游发展,让骑行成为推动文旅消费的新抓手。比如,江苏昆山将骑行路线与当地特产大闸蟹结合,途经多个蟹市场,骑行者可随时停下选购鲜活大闸蟹快递回家,骑累了还能找家农家乐品蟹饮茶。
为抢抓文体旅融合新商机,捷安特等一批自行车生产商还专门成立骑行旅行社,专注骑行线路开发,提供从行程规划、食宿安排到后勤保障的一站式服务。
“现在很多骑行爱好者不是竞速,而是骑着车看风景。”张澜说,“自行车产业的边界在不断延伸,由此带来的体育消费潜力也巨大。”

“黄金周”,看“双奥之城”如何盘活赛事经济

“你好中国,你好北京,谢谢你们的支持!”39岁的塞尔维亚名将焦科维奇站在中国网球公开赛钻石球场中央,用他越来越标准的中文向现场观众致谢。
这是24届大满贯冠军得主焦科维奇时隔11年重返中网,他此前6次参加中网并全部夺得男单冠军。
10月4日晚,焦科维奇经过三盘鏖战,战胜头号种子、德国选手兹维列夫,晋级男单四强。当晚,钻石球场13333人现场观赛,上座率99.2%。
5日下午,中国选手郑钦文身着红色网球裙,在主场观众热情支持下,战胜捷克选手布兹科娃,晋级女单16强;焦科维奇与俄罗斯选手梅德韦杰夫的男单半决赛晚场门票也早早售罄。
赛事期间,这份热度从球场延展至整片园区。大屏观赛的“第二现场”、品类丰富的官方授权商品以及“烟火气”十足的餐饮店铺,将体育竞技的激情与城

市休闲氛围相融,构筑起假日多元观赛体验。
“国家网球中心一南一北两个检票口进来之后的位置,都有官方授权商品店。国庆假期这几天,这两家店的单日接待人数都破万了,近千种产品让大家的观赛记忆有了触手可及的载体。”中网官方授权商品店负责人殷绪飞说。
同样因赛事而火热的还有北京石景山首钢园区。在这片充满工业气息的园区举行的世界乒乓球职业大联盟(WTT)中国大满贯赛,连续第三年在国庆假期与中网遥相呼应,让“赛事黄金周”有了最生动的注脚。
“在首钢园区一逛就是一天,餐饮、市集、纪念品一应俱全。除了进场观场比赛、为运动员们加油,还能在大满贯公园感受到国球和国庆假期融合在一起的喜庆氛围。”来自新疆的球迷邵艺泽说。
在WTT中国大满贯赛官方特许商

店,观众和游客们纷纷驻足了解——“T”玩转石景山的赛事文创T恤。对于了解“票根经济”的人们来说,这件T恤就是“行走的票根”,赛事期间把福利“穿”在身上,在首钢园区、永定河集、模式口历史文化街区等地的数百家合作商户可享受餐饮、住宿、游览等专属折扣。
“赛事黄金周”燃动一座城。以中网和WTT中国大满贯赛等国际高水平赛事为引领,各级各类竞技体育、群众体育和青少年赛事活动在“双奥之城”覆盖东南西北、融入大街小巷。
国庆假期,北京亦庄GT世界挑战赛吸引超2.6万名观众到场观赛,通明湖畔引擎呼啸,速度、激情与湖光城景交相辉映,汽车主题嘉年华集观赛打卡、汽车文化、科技互动、休闲消费于一体,带动周边餐饮、零售及住宿消费显著增长;京郊密云迎来中国男子三人篮球联赛争霸赛,联动文旅资源、重点商圈,开设超3

市集,汇聚密云三烧、非遗漏粉等30余家商户,让球迷在观赛之余可以品尝美食、选购特产……
国务院办公厅前不久印发了《关于发展体育赛事激发消费活力的意见》,对推动体育赛事发展,激发消费活力,培育经济增长新动能作出部署。
“双奥之城”让假日文旅场景成为赛事标配,拓展赛事消费场景、提升赛事消费体验,进一步展现了赛事经济发展的巨大潜力。
从看山、看水、看风景,到品城、品生活,“体育+文旅”的“微度假”已成为热门选择。
“通过产业链的延伸和扩展,消费场景更加多元,让文化、体育、旅游、商业融合到一起。这也意味着我国的文化和旅游消费正向着融合、创新的方向前进。”中国旅游研究院院长戴斌说。
(新华社)

世界银行上调东亚和太平洋地区今年经济增速预测

新华社纽约10月6日电 世界银行6日发布东亚和太平洋地区经济预测更新报告,将2026年该地区经济增速预测上调至4.5%,较4月预测高0.3个百分点。
报告表示,这一经济增速上调很大程度上是由于作为人工智能价值链一部分的国家高技术投资和出口表现强劲。在市场力量、可再生能源使用增加、动用库存和消费者补贴等因素共同作用下,高能源价格的拖累没有预期那样严重。
世界银行表示,在高技术产品制造和出口推动下,该地区多个经济体今年经济增速超出此前预期。其中,

越南、马来西亚和泰国今年经济增速预测被分别上调1.1个百分点、0.7个百分点和0.7个百分点。对高能源价格敏感和对外部冲击缓冲有限的太平洋岛国今年经济增速预测被下调0.5个百分点。
世界银行负责东亚和太平洋地区的副行长卡洛斯·费利佩·哈拉米略说,全球人工智能相关活动大幅增加,东亚和太平洋地区与全球价值链的深度融合让该地区从中受益。现在的挑战是要将该地区在生产人工智能相关商品方面的优势转化为大范围的人工智能应用,从而提振生产力并带来更多更好的就业。

中央文明办 国家旅游局

文明旅游

每个人都是一道亮丽的风景线