

题图为电影《攀登者》海报

三部电影以小人物彰显大情怀、正能量，共同打造史上最强国庆档

“这样的主旋律电影，请再给我来一打”

本报记者 苏墨

2019年国庆档创造了中国电影新纪录：国家电影事业发展专项资金管理委员会办公室8日数据显示，9月30日至10月7日我国电影票房为50.5亿元，创同期历史新高，比此前的同档期纪录增长86.42%。主旋律电影《我和我的祖国》《中国机长》《攀登者》位列档期票房前三名。

同时，数据显示，国庆档8天观影人次为1.35亿，创同期历史新高；国庆节当天电影票房达7.96亿元，创下非春节档单日票房的新纪录；三部重点影片8天的票房分别为22.23亿元、19.75亿元、8.23亿元。国庆长假过后，三部主旋律大片持续在线，截至发稿时间，继续贡献着可观的票房。

“国庆档三部主旋律火了，虽然国庆档不能成为一个独立的、稳定档期，还有待观察，但主旋律可以有稳定的高票房，恐怕已经是没什么可说的寻常操作了。”中国艺术研究院副研究员孙佳山说。

“这样的主旋律电影，请再给我一打！”深圳市体育运动学校教师曾丽说，8日开学，00后、10后的学生们也都在讨论这三部电影。“可见这是他们接受并且喜欢的爱国主义教育方式”。

小人物 大英雄 哭就对了

“太感动了，看哭了。”在各大社交平台，对国庆档的三部影片都有这样的评价。

无论是《我和我的祖国》，还是《中国机长》《攀登者》都是以平凡人为故事的主角，他们在大时代中，以满满的正能量，奋斗着、奉献着，不畏艰险、不计得失。“谁都不是天生的英雄，但每个人都可以成为英雄。这是三部影片最让我感动的地方。”中国银行北京市分行颜子涵对记者说。

为开国大典制作自动升旗装置的工程师、阅兵备飞的女飞行员、与恋人生离死别的原子弹研究者、珠峰攀登者、川航8633航班的英雄机长……在共和国风雨辉煌70年历程中，每个人都能找到自己和祖国的共同记忆，也许我们不是英雄，但我们可能是为旗杆上一个小小部件拿出自家珍藏的无名群众，可能是遇到危机情况沉着应对、相互鼓励的普通乘客……“我们每个人的命运都是与国家命运紧密相连的。如今的主旋律影片在表述形式上越来越重视细节的刻画，不再一味地告诉观众什么是对的，所以更让人觉得亲切好看。”颜子涵解释道。

而让记者本人又哭又笑、一时泪崩的则是《我和我的祖国》中《夺冠》这一章节。石库门街坊普通小男孩冬冬，遇到了两难的选项：心爱的小美要当天就要移居海外，同时他还有一项重要的、不能替代的工作——手持天线保持一个动作才能让街坊们顺利收看当天直播的女排比赛。比赛结束，冬冬下楼想要追赶小美，但是热情的街坊们视他为英雄，将他高高抛起，导致他彻底错过了小美。电工爸爸回来的时



候，冬冬委屈地哭了，但是小男子汉说是被女排精神感动了。这小小委屈、小小遗憾，我们每个人都曾有过，但即使是9岁的孩子，也选择了和祖国的荣誉站在一起。

从过去的《战狼2》《涓天河行动》《红海行动》《流浪地球》，到今天的《攀登者》《中国机长》《我和我的祖国》，这些新型主旋律影片，都在讲述“小人物、大情怀、正能量”的故事，这也许是未来中国大片的母题。在中国电影艺术研究中心联合艺恩进行的中国电影观众满意度调查中，今年国庆档的观众满意度为88.6分，创造了此项调查的档期满意度最高纪录，超越了2017年暑期档保持的85.7分纪录。

好内容+好运作 票房丰收

“我和我的祖国，一刻也不能分割。”你有没有被这一句歌词洗脑？网友们纷纷表示，王菲重新演绎的这首老歌，余音绕梁，甚至睡觉了，还飘在脑子里，挥之不去。由此也诞生了火爆国庆的表情包。

今年国庆档为什么一下火爆了？三部电影除了好内容，好运作也是不可或缺。

首先是大咖云集。电影《我和我的祖国》不仅由7位著名导演操刀，吴京、黄渤、杜江、葛优等37位明星出演；《中国机长》演员配置上是实力派加当红小花，有张涵予、欧豪、杜江、袁泉、张天爱、李沁等；《攀登者》也不输阵，吴京、章子怡、胡歌、张译，哪位都是带动票房小能手。

然而，内容加导演再加明星，依然不能保证票

房。宣发成为新的战场。

从王菲的《我和我的祖国》主题曲MV问世开始，《我和我的祖国》就因“这首歌是不是口齿不清”被送上热搜。之后“7个故事你最喜欢哪个”更是成为家里家外、网上网下人们的热议点。无论是对《白昼流星》的失望反感，还是对《夺冠》《北京你好》的惊喜热捧，就连《相逢》女主角最后有没有结婚都成了网友们关注的热点。

“7位导演比拼，37位演员竞技，这让《我和我的祖国》自带热搜体质。”曾丽告诉记者，她在朋友圈、微博、抖音、头条、知乎等几个平台都不停地看到与国庆档三部电影有关的话题。

《中国机长》贡献了超多表情包：欧豪挂在机舱外，整个人衣衫褴褛，面目全非，表情包配文“我太难了”，在国庆过后，朋友圈还出现了一组利用该片主角们的“缺氧狰狞脸”做成的“扶我起来上班”主题表情包。

最熟练短视频营销的则是《攀登者》，在抖音平台上，他们发布了149条短视频。

国庆档 主旋律 双双升维

根据猫眼专业版发布了国庆档(10月1日-10月7日)数据洞察报告，今年国庆档观影总人次达历年国庆档之最，仅低于2018年和2019年春节档，成为第三个观影人数破亿的七日档期。2019年国庆档，观众观影重合度更高，其中《我和我的祖国》与《中国机长》堪称双核。看过《中国机长》的观众，有21%看

过《我和我的祖国》，看过《我和我的祖国》观众中也有19%看过《中国队长》。国庆双核的高重合度，共同造就了“最强国庆档”。

“从这几部影片的表现可以看出，经过多年演化发展，主旋律电影呈现出了越来越接近平凡人的普通生活，由普通人见证大时代的特征。过去我们电影稳定的档期只有春节档和暑期档，国庆档看似很短，只有7天，但是对于电影整个档期结构有着非常重要的意义，我们也非常期待这样一种贴近平凡人普通生活的主旋律国庆档，成为稳定独立的档期。这对优化电影产业结构，对票房增长都将提供非常强劲的助推动力。”孙佳山说。他在两年前，就曾预言主旋律影视作品将会迎来真正的春天，并很可能在相当程度上成为中国电影市场的领跑者。

孙佳山认为，不能用静态的教科书式的描述去定义“主旋律”，“主旋律”不是一个本质化的概念，而是在不断向前发展。今天这个阶段的“主旋律”比之前任何一个阶段都要复杂，从叙事结构、人物设定、冲突节奏到视觉效果层面上，都开始明显具备了好莱坞式主流大片的基本特征。而且，由于投资结构、出品归属等多层次的变革，今天的“主旋律”影视作品，对于文化边界的“勘测”也是在商业逻辑摸索的基础上完成的。“其实，这里面有两种路径：一是主旋律影片商业类型化，二是商业类型影片主旋律化。”

今年的“史上最强国庆档”结束了，我们有理由期待下一个“更强国庆档”“更强春节档”，记者也获悉，《中国女排》《姜子牙》等新型主旋律影片已经预定春节档。在国庆档、主旋律双双升维的当下，我们有理由期待更多的“正能量+好口碑+好票房”的作品问世。

合不合胃口，都请欣然接受吧

刘颖余

你方唱罢我登场，热热闹闹中，《中国好声音》第八季就这么过去了。

老实讲，对总决赛有些失望。无孔不入的商业植入，不是太大问题，反正大家都习惯了。最让人不解的是，直播现场歌手们一通跑调，仿佛互相传染，用网友的话说，鸟巢成了“车祸现场”。有解释说，不是选手跑调，是现场音响不过关。直到嘉宾周深登场，大家这才放心，原来音响没问题，自己的耳朵也没问题。

唱不好，怪音响，这就像球员打不好球，怪场地一样，当然是不足为训的。何况还冠以“中国好声音”之名，选手们似乎应该有更好的发挥才对得起观众。不过，既然是比赛，年轻选手自然会紧张。君不见，大牌歌手在直播中，还常常状态百出。这些尚未出道，比赛心切的歌手，跑个调，也不是多大的事。

本来就是综艺，娱乐为主，“好声音”许多时候都像个幌子。甚至何谓“好声音”，都是见仁见智。

比如，本季冠军选手那晗铭的声音和唱法，从一开始就充满了争议。观众对那晗铭的评价始终两极分化，喜欢她的人赞她空灵独特，宛若天籁，不喜欢她的人则认为她哗众取宠，“像憋着鼻子唱歌”。人们称她是“火星女孩”，有赞美之意，更多的恐怕还是言其“怪”和反常。

那晗铭当得起“中国好声音”吗？我以为，说当得起就当得起，因为中国好声音本来就不应是一种标准。大嗓门、飙高音是好声音，小嗓门、小情怀也能出来好声音。让一名唱法听起来怪和反常的歌手，最终登顶，这反而证明音乐的多元性是值得鼓励的。

因此，那晗铭夺冠，也许不是最“好”的结果，但其实也没那么糟糕。她一定不是唱得最好的那一个，却是唱得最特别的那一个。

有道是，最大的艺术规律就是“我们不一样”，而不是“我们都一样”。那晗铭胜就胜在她和别人

不一样，她最平凡，却最珍贵，因此，导师李荣浩才对她掏心窝子地说：“即使华语音乐圈不接受你，我也接受你”。如此暖心的话，最终唤醒了那晗铭的自信。她在后期唱的《燕子》等歌曲，的确走心了，给观众留下了记忆点，也给她积累了不少人气。

而总决赛的现场发挥，无论是选曲还是演唱，那晗铭都比主要对手略胜一筹。尤其是最后的杀手锏《浮夸》，准确地击中了观众的情绪点。歌曲高音部分给了她展示自我的空间，而“夸张不是罪过，能满足空洞乏味的生活”“你喜欢我不喜欢我是你的自由，我只是希望在某些时候抓到你耳朵”等歌词如同她的自我宣言。在那一刻，音乐人、媒体评审和现场观众的审美也达成了统一，果真就像歌里唱的那样，“合不合胃口，都请欣然接受吧”。

还不得不一提的是，那晗铭的夺冠，导师李荣浩功不可没。年轻的李荣浩，行事低调朴实，一如他的歌曲，走心，接地气，能让人听到生活的粗粝和挣扎。他反复强调那晗铭的简单、平常、质朴，不知道

如何应对争议，甚而在总决赛拉票环节，也不说那晗铭如何努力如何进步，而是不断重复那晗铭的投票编号，这些反而给观众留下好感，为投票做了情感铺垫。史上最年轻的冠军导师，就这样诞生了。

一对年轻而质朴的师徒组合笑到最后，让本季《中国好声音》有了特别的意味。然而，这样的新奇感似乎也改变了音乐综艺的落寞。经历了最初的惊艳和繁华，以《中国好声音》《歌手》为翘楚的传统音乐综艺，一方面需要应对核心内容开掘不足的瓶颈，另一方面还面临网络综艺来势汹汹的冲击，日子其实并不好过。

但不管如何，“好声音”是一个珍贵的品牌，说它陪伴了许多人的青春，也并不为过。走过“七年之痒”的“中国好声音”其实正年轻，愿它继续加油，如人们所愿，和大家一起慢慢变老。



金融职工自演消保主题话剧亮相



本报讯 近日，由中国人民银行营业管理部主办，中国工商银行北京市分行、中国银行北京市分行承办的全国首部金融消费者权益保护主题话剧《春去春又来》在京举行首演。

该剧由青年新锐导演崔巍执导，演职人员均是来自上述三家单位的职工。话剧以春夏秋冬四团团圆饭串起了北京城胡同小院儿里的悲欢离合。银行退休老员工和他小院儿里的几名租客，在经历了电信诈骗、校园贷、非法集资的人生起伏后，在周围银行员工和警察的帮助下走出诈骗陷阱，从矛盾横生的陌路人渐渐成了相互扶持的家人。

润华文/图

“中国人家”主题摄影展亮相王府井，展示新中国70年来建设成就。

东方IC供图

山西青铜文物实力“圈粉”

据新华社(记者刘翔霄)记者了解到，刚刚过去的国庆假期，山西青铜博物馆日人流量多达五六千人次。

博物馆展出青铜文物2000多件，主要是历年考古发掘出土和近年公安机关打击文物犯罪追缴所得。今年7月底开馆以来，吸引了众多文物爱好者和市民前往参观。

“蒸锅”“皮带扣”“冰柜”“熏香炉”“雁鱼铜灯”……精巧的设计、精湛的工艺，将今日观众带入古远的青铜时代。

而在山西临汾博物馆，不但有数量众多的青铜文物，更有难得一见的“模范巨阵”。这组“模范巨阵”有直径14.5厘米的镜模，也有直径仅1.2厘米、高0.9厘米的印章模，还有集5种不同纹饰于一身的龙模，精美绝伦，为春秋时期青铜器铸造工艺的代表，彰显“工匠精神”。长假期间，吸引了众多游客前来探访。

“古人用‘模’和‘范’来铸造青铜器，很多人是第一次在这里看到实物。”临汾博物馆馆长狄跟飞介绍。

另外，山西博物院的“镇馆之宝”鸟尊等青铜文物精品也吸引了众多文物爱好者，位于侯马一带的春秋时期的青铜器铸造遗址同样引发关注。