



球迷在影院观看世界杯比赛时，为进球欢呼庆祝。视觉中国供图

本报记者 李玲玉

凌晨4点，北京耀莱成龙影城五棵松店的1号厅内座无虚席。世界杯期间，该影城推出了线下观赛活动。观赛结束后，小王和朋友们组队，戴着VR眼镜玩了一局真人版的《甜蜜厨房》。“以前喜欢在电脑上和朋友们玩这类游戏，没想到有一天能在线下玩，还是在一家影城里！”

今年7月，国家电影局、市场监管总局联合印发《关于促进电影院多样化经营 繁荣发展电影院文化的通知》，围绕繁荣发展电影院文化，提出三方面10条举措，推动电影院业态创新、模式创新、服务创新。通知明确提出，要将电影院打造成为集观影、社交、娱乐、消费于一体的综合性文化体验空间。

政策背后是影院行业持续数年的经营困局。北京师范大学艺术与传媒学院教授陈刚指出，当下观众的观影习惯发生了改变，线上观影以低成本、低时间消耗取胜，“非现象级口碑影片很难把人拉进来”。在他看来，这份政策文件本质上是一个“松绑”信号，中国电影院正经历一场从“卖影票”到“卖场景”的深刻变革。

从“放映厅”到“文化场”： 多元业态打开想象空间

政策的指引下，一批影院已经先行。北京耀莱成龙影城五棵松店的Mirra奇镜派对融合厅作为国内首家巨幕沉浸影游空间，集电影、游戏、演出、餐饮于一体，常态

从“卖影票”到“卖场景”，影院的生存空间正在被重新丈量

影院“变形记”

的起点，最终的出路在于打出品牌。《通知》也为此提出了方向，鼓励差异化路线与“一店一策”；开展精准化服务和个性化推荐。

“走进任何一座城市的影院，感受几乎都一样，同样的排片、同样的爆米花、同样的空间布局。”资深影迷小李说，“感觉去哪里看都一样。”2025年全年城市院线净增银幕数2219块，银幕总数达到93187块。规模扩张之下，同质化问题更加凸显，影院越多，竞争越激烈，但内容供给却高度趋同。

这也意味着，差异化正在成为影院破局的关键。首都电影院推出“新新剧场”，在影院空间内融入真人演艺，把“放映厅”变成“演剧场”。这一品牌传承自20世纪30年代，京剧艺术家马连良筹资兴建“新新大戏院”。从戏院到影院再到如今的演艺空间，品牌有了时间的厚度。

上海则走了一条不同的品牌路径。全国首家动漫主题影院SFC上影BOE-α超级影城，在《浪浪山小妖怪》上映期间，持票就能进“大王洞”“小雷音寺”等电影同名场景观影，散场后还能去“浪浪山杂货铺”扫货，将“谷子经济”融入观影体验。华联影城（上地店）打造了“时代风帆”红色主题影厅，将红色文化与沉浸式体验结合，为党政机关、学校等提供“观影+党课”等定制化服务。青岛艾尚乐汀艺术影城推出当地首创的会员预约放映服务，使影院成为影迷的“定制放映厅”。

陈刚告诉记者，品牌塑造的关键在于找准定位、深耕细分市场。“让观众为了一家影院而来，而非为了一部电影而来，才是品牌化真正的价值所在。”

告别“千店一面”： 差异化品牌塑造核心竞争力

陈刚认为，多元化经营只是影院自救

技术赋能： 让观影体验更上一层楼

技术正在重新定义“看电影”这件事。

艺评

“星二代” 需要真正成为自己

周悸

近日，窦靖童在《歌手2026》的舞台上刚一开口，人们便惊呼：这是“用母亲王菲的嗓音唱父亲窦唯的歌”，当她以一首《电台情歌》配上结尾那段松弛、慵懒的口哨。不仅为自己赢得了“鲶鱼”的赞誉，更是再次将“星二代”这个话题推到了耀眼的聚光灯下。

所谓“星二代”，命中注定要活在父母盛名的阴影与光芒的交界处。人们一边感叹“整个华语乐坛都在等待窦靖童长大”，一边又带着苛刻的审视目光，想窥视这“故人之女”究竟是以“故人之姿”沿袭父母曲风，还是与父母音乐风格截然不同，自成一派。

令人惊喜的是，窦靖童甫一登台，便展现出她那肆意鲜活的艺术特质，她不愿依附家世光环前行，其曲风自带松弛、慵懒气息，全然没有职场生活打磨的痕迹，浑身透着肆意生长后的恣意，凭借自身率性奔放的音乐魅力，被越来越多的人认可与偏爱。

事实上，观众并非不能接受“星二代”传承从业，而是不能接受“德不配位”的资源霸占。小沈阳的女儿沈佳润对此有着清醒认知，她坦言理解外界感到的不公平，并认为“星二代”承担负面评价是理所应当。这并非自轻，而是对这个行业残酷真相的洞悉。“星二代”欲戴其冠，必承其重。

如果说“资源”是“星二代”与生俱来的A面，那么靠实力证明自己则是他们努力的B面。绝大多数“星二代”的成长叙事，都是一部“撕标签史”。谢霆锋拿到金像奖影帝时才敢说撕下了“谢贤之子”的标签；郭麒麟、王骁等人，也是靠着自己倾力打磨出来的一个个扎实的作品，才让观众记住了他们本人的名字。这种证明过程异常艰难，因为上辈的成就如同一座高山，翻越它需要远超常人的天赋异禀与拼搏努力。

窦靖童的特别之处在于从容与洒脱，她既没有多数“星二代”的浮躁感，也没有刻意选择对抗“星二代”这个标签，更没有急切地想要证明自己与父母不同，她坦然接纳了这份出身带来的特别关注，甚至在《歌手2026》第一期就演唱了父亲窦唯的《Don't Break My Heart》。这种选择本身就需要极大的内心力量，只有当你不再把父母的光环视为需要挣脱的阴影时，它才可能成为你可以轻松借力的背景板。

“星二代”这个现象不会消失，它只是娱乐圈资本规律与大众心理投射的必然产物。对于这些出生在罗马的孩子而言，父辈的资源可以为他们推开一扇门，但门后那一条长长的路，终究要靠自己一步步走完。

对“星二代”而言，真正的成人礼，不是宣告自身独立，而是学会与自己的出身和解，当一个人不急于证明自己不是谁，他才有可能真正成为自己，而这，或许正是所有背负着他人期待的“星二代”共同的修行。

科技考古实证杏花村6000年酿酒史

本报讯（记者刘建林 李彦斌）近日，杏花村遗址及周边酿酒考古研究成果发布会在山西省举行，考古学家刘莉代表项目组介绍说，项目依托微体化石残留物科学检测技术，对杏花村冯郝沟仰韶文化中期遗址出土陶器开展系统分析，用完整的科学证据链证实山西杏花村拥有距今6000~5500年的酿酒历史，遗址中酿酒微生物与当今汾酒大曲之间具有连续性，实现6000余年活态赓续。

据了解，汾阳市杏花村遗址从仰韶文化中期持续发展到龙山文化、商、周时期，跨度数千年。杏花村遗址出土的尖底瓶，是酿酒器，距今6000~5500年。曲造酒（曲酒，也是白酒的前提）和麴造醴（谷芽酒，古代啤酒）两种酿酒方法都可以在杏花村遗址找到。杏花村遗址曲酒与当今汾酒大曲之间具有连续性，杏花村6000年酿酒微生物（如红曲霉等霉菌、酵母）见于汾酒大曲。在6000年前，杏花村酿酒体现出了利用本地资源的个性化特征（如橡子）。

考古学家、水井坊遗址发掘者陈剑表示，本次杏花村遗址酿酒考古实现历史性突破，首次将知名酒企酿造史溯源至6000年前，能够有效赋能遗产产业建设，为中华酒文化研究提供了关键的北方史前实证。考古学家、濉溪明清酿酒遗址发掘者陈超认为，杏花村聚焦史前发酵酒溯源的研究路径科学严谨，为杏花村酒文化遗产保护与申报工作筑牢了考古根基。

此次考古还还原仰韶时代社会风貌，6000年前杏花村形成族群共享的宴饮习俗，是中华传统酒礼的原始雏形。考古学家、山西省考古研究院副院长郑媛表示，本次成果印证了酒在史前社群交往、礼仪文明构建中的核心作用，为溯源中华文明连续发展脉络提供了重要支撑。

湖南工会举办庆祝百年工运文学采风活动

本报讯（记者王鑫 通讯员陈子霏）日前，“百年工运 薪火‘湘’传——寻迹百年老厂”庆祝湖南省总工会成立100周年文学采风创作活动举办。

此次采风以常宁市水口山镇为起点，多位省内知名作家观摩水口山工人运动纪念馆、水口山工人俱乐部成立会旧址，沉浸感受湖南早期工人运动策源地的厚重红色底蕴；探访中国铅锌工业发源地，了解水口山有色金属有限责任公司产业转型升级发展史；与企业劳模工匠、技术能手、“矿三代”代表深入座谈，积累鲜活创作素材。

作家们认真记录、细致交流，纷纷表示要深挖矿山红色底蕴、劳模匠心故事，创作一批饱含力量、贴近一线的文学作品。采风团还将奔赴宝山矿业、锡矿山锡业、辰州矿业等矿企，探访“老矿新貌”。除“寻迹百年老厂”主题采风创作外，系列活动也将组织新锐诗人走进各地工会驿站，组织报告文学作家深入市县工人文化宫，围绕新就业形态劳动者、职工文化阵地两大主题开展采风，以文学创作形式大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，书写百年工运薪火相传的壮丽篇章。

国家自然博物馆开启 “博物馆之夜”

7月16日至8月15日，国家自然博物馆每日18:00-21:00将开放夜场（周二闭馆日除外），逾200场各类型活动邀观众体验“博物馆奇妙夜”。

“博物馆之夜”作为国家自然博物馆倾力打造的品牌活动，已陪伴观众走过20余载夏夜。今年活动以“生命树之约”为主题，推出原创主题展览“生命树——青藏高原上的生命与守护”。此次展览由国家自然博物馆、青海省自然资源博物馆共同主办，展览以系统化、整体性的视角解读高原生态系统的运行逻辑。

本报记者 王伟伟 摄



国漫 IP 出海：从“流量”走向“价值”

本报记者 王佳琪

7月上旬，浙江杭州滨江全新开放的中南卡通“天眼未来星球”沉浸式乐园内，不少外籍游客专程前来打卡。几乎同一时段，Netflix平台更新的数据显示，国产3D动画《凡人修仙传》再度登顶东南亚动画周榜；另一边，网文IP改编的杭产AI漫剧《上元欢》海外播放量突破5000万，20余种译制版本长期稳居海外短视频平台国风榜单。

海内外双线升温的国风动漫热度，直观印证文化“新三样”出海步入快车道。

国漫 IP 搭建跨文化共情纽带

“动漫是不分年龄、不分国界的视觉语言，也是当下最具生命力的大众文艺载体。”一名中国美院文创研究学者表示，区别于传统精英文艺，国漫扎根普通创作者、面向全龄受众，轻量化、通俗化的表达天然适配全球传播，这是国风IP能够走出国门的底层优势。

刚刚落幕的第二十二届中国国际动漫节“金猴奖”大赛面向全球20个国家征集千余部参赛作品，俄罗斯短片《一岁一枯荣》凭借极简手绘诠释生命循环，拿下海外短片金奖；国产《那年那兔那些事》衍生IP“杭州国防兔”，以二次元轻量化叙事讲述长征历史，

吸引不少海外青少年主动参与AI海报创作体验。

“红色文化不该只有严肃说教，普通人用自己熟悉的二次元语言讲述家国故事，才最有感染力。”《那年那兔那些事》主创林超在展会接受采访时谈到，宏大国家叙事不必厚重晦涩，普通人的成长、坚守与温情，借助动漫通俗表达，更容易跨越文化壁垒。

国内动漫产业覆盖老中青幼创作群体，构建起全年龄覆盖的大众文艺生态圈。

欧洲青年原创缺少完整展示、商务对接、商业化落地平台，而中国动漫节不分资历、不限国籍，只要创意动人就能获得机会，这份包容是大众文艺最珍贵的底色。”在第九届国际动画联盟杭州峰会上，法国漫画家克里斯蒂安接受记者采访时感慨。无门槛的创作、全年龄段的内容供给，让国产动漫形成独有的内容蓄水池，为持续稳定出海提供源源不断的优质IP供给。

AI 全链条赋能动漫+

第二十二届中国国际动漫节白马湖A馆中南卡通展区，全息投影里苏东坡AI数字人引来大批游客驻足互动。“很多青少年不愿啃史料古籍，却愿意跟着动画走进宋代临安，这种沉浸式文化浸润，是传统宣讲难以实现的。”企业主创向记者介绍。

本届动漫节集中展现AIGC、数字人、

VR、智能匹配系统对文创产业的重塑能力。“过去一部国风动画完成海外译制、文化适配至少需要数月，如今依靠生成式AI，几天就能产出多语种差异化版本，技术正在打通出海全流程堵点。”恺英网络织梦AI项目负责人表示。

国家文化出口基地浙江数字文化国际合作区现场发布“AI动漫中文学校平台”，依托数字人讲解、智能字幕、文化注释等功能，降低海外受众理解中式美学、传统历史的门槛。开幕式人形机器人国风舞蹈、金猴奖晚会AI视觉融合越剧戏曲，直观展现“文化+科技”融合势能。

“AI的核心价值是解决效率问题，但行业仍需规避‘重演示、轻内核’的误区。”一位技术从业者坦言，部分出海作品过度依赖AI简化叙事、迎合海外审美，丢失了水墨、武侠、传统民俗等东方核心标识。

“技术是工具而非主导，数智赋能的最终目标，是让中式美学、东方价值更高效、更完整地传递给全球受众，而非为适配市场消解本土文化特质。”浙江传媒学院动画与数字艺术学院雷涛教授指出，出海创作必须坚持“创意为本、技术为辅”，避免陷入单纯追逐技术特效的行业误区。

文化“新三样”引领出海新风向

10年前，国产动漫出海多以低价单部影

片授权为主；如今，行业已经迈入网文、动画、游戏、衍生品联动的全IP出海新阶段，单一企业单打独斗的模式被多方协同体系替代。

网络文学《全职高手》《少年歌行》为动画、游戏提供原创故事基底；动画《中国奇谭2》《剑来第二季》登陆海外主流媒体；国风游戏《燕云十六声》凭借传统服饰、古典场景收获全球玩家，三类业态相互赋能，放大IP全球影响力。

“适配不等于迎合，保留东方内核，再贴合当地消费习惯运营，才能实现真正落地扎根。”国产动画《罗小黑战记2》海外制片负责人介绍，影片进军日本市场时，邀约本土知名声优、分阶段推出限定周边，保留水墨画风与师徒道义核心，仅在传播形式、宣发节奏上适配本地市场，最终收获亮眼票房。

出海仍存现实短板。部分历史向国风作品存在文化理解壁垒，中小团队缺少海外本地化运营渠道，跨境盗版维权成本高昂。目前，行业已达成清晰共识，充分发挥动漫节对外文化交流窗口作用，聚焦文化“新三样”，持续拓宽数字文化出海渠道、搭建国际合作桥梁。

“国漫出海不能只追求短期流量，需分层布局海外市场，兼顾青少年与成年受众，持续打磨兼具普世情感与东方特色的原创内容，建立长期海外运营思维，实现从‘流量出海’向‘价值出海’的跨越。”雷涛教授说。