

13部新片、1部重映片落地国庆档，家国情怀主旋律大片依然在头部，但主旋律并非今年国庆档的唯一旋律。

按目前的上映日历，国庆节当天将有七部新片同日开画，9月30日、10月4日、10月6日各有两部新片错峰登场。其中，《志愿军：浴血和平》《刺杀小说家2》《浪浪人生》《三国的星空第一部》《震耳欲聋》《风林火山》等片颇受关注，覆盖了战争历史、奇幻、喜剧、动画、犯罪等不同类型。最新消息传来，《阿凡达：水之道》重映版将于10月3日至12日限时回归。档期题材与类型扩容，在如今这个数字文娱千帆竞发的时代，让观众有更大的选择面，电影的分众化、精细化、个性化消费已是大势所趋。

14部影片预约国庆档

多元类型片 满足不同受众需求

□王彦

头部“三国杀”也是IP竞技场

倘若仅从制作论，今年国庆档的头部竞争，可能在战争历史片《志愿军：浴血和平》和东方奇幻大片《刺杀小说家2》间展开。但若从受众黏度及今年动画电影的风头来看，动画片《三国的星空第一部》也有机会跻身头部“三国杀”。有意思的是，无论哪部拿下档期冠军，最终胜利的底牌或多或少都有IP系列化的影子。

《志愿军：浴血和平》是陈凯歌导演的“志愿军”三部曲完结篇。影片聚焦抗美援朝战争第五次战役后直至签署停战协议期间“边打边谈”的作战历程。作为系列终章，新片特点是“文争武斗”的双线叙事结构。谈判桌线以158次大会、733次小会、历时747天的停战谈判再现双方博弈，呈现外交战场亦是“没有硝烟的战争”；战线线延续前两部的制作品质，除了重现上甘岭战役、金城战役的坦克激战、铁道运输的反“绞杀战”等都将一一呈现。一文一武两条叙事线索交织回响。

就类型而言，时隔四年归来的《刺杀小说家2》独占一档。该片由路阳执导，邓超、董子健、雷佳音、辛芷蕾等出演。前作于2021年春节上映，从现实到奇幻，奇绝瑰丽的双世界之旅让观众印象深刻。续集里，曾被路空文与关宁联手击败的赤发鬼脱离巨人躯壳复活归来，产生自我意识并觉醒，他不再甘当被操控的虚构角色，而是企图入侵现实世界，改写自己被设定的命运。由此，“刺杀小说家”的行动者，从前作现实里的小说家关宁转变为奇幻世界的赤发鬼，身份倒置带来戏剧张力的升级。制作也同步进阶，该片采用IMAX特制拍摄，并与《流浪地球》特效团队再度合作，整部电影将有近3000个视效镜头，占比影片体量超90%。

并非续集，也没有同题材先例，但《三国的星空第一部》本身就带着“三国”大IP入场，从片名来看，片方也摆明了将做系列化开发。作为国内首部三国题材动画电影，《三国的星空第一部》以水墨风讲三国事，围绕主角曹操，聚焦其

“讨董卓、迎天子、战官渡”的历程，试图通过“我从哪里来？我是天上哪颗星？”的灵魂拷问，展现历史人物在时代洪流中的抉择。影片由学者易中天担当编剧和监制。制作特辑里，从汉代的马上不能有脚蹬，到当时城中的牡丹花为哪个品种，学者相信，细节决定成败。

喜剧与亲子构筑假期基本盘

喜剧阵营里，三部真人电影各有看点。《熊猫计划2》由成龙与乔杉主演，一个负责港式动作幽默，一个负责东北传统喜剧，加之萌宠大熊猫，有着合家欢影片的典型样貌。《浪浪人生》由韩寒监制，黄渤、范丞丞、殷桃领衔主演，今年在脱口秀舞台大放异彩的付航也有出演。电影主角是个曾经叱咤风云的大哥，一朝嘴硬腿软，人生进入“困难模式”，在与命运风浪的搏击中，他与家人各出奇招，笑料百出。“疯癫一家人”的故事荒诞却治愈，同样想要喜剧与家庭市场一把抓。《毕正明的证明》定位警匪动作喜剧，集结了王安宇、张天爱、王彦霖等新生代演员，讲述绿皮火车上的盗窃与反扒故事。当年代剧走红电视荧屏，同样由青年演员担纲的年代电影表现如何，拭目以待。

动画片片单同样拥挤。除了《三国的星空第一部》，《极限城市》作为拥有5亿+点击量的热血国漫《血色苍穹》剧场版，主打青年市场。而《猪猪侠·一只老猪的逆袭》《红孩儿火焰山之王》《疯狂电脑城》等都在亲子市场有着稳定受众。尤其是《猪猪侠》系列第10部大电影，多年的IP耕耘，让这一系列成为小朋友的心头好，“大手牵小手”的观影模式，保证了票仓基础线。

经历漫长等待，《风林火山》官宣国庆上映。该片由麦浚龙自编自导，故事背景设定在20世纪90年代，香港富商因爆炸事件殒命，牵出贩毒者与反毒者惊心动魄的角力，引发社会动荡。单看剧情简介，该片依然是港式警匪片的胜

场。不过，《风林火山》早在2017年就已杀青，多年来屡有动态，但又数度失约。以至影片放在2025年再见。

相比之下，10月4日上映的《震耳欲聋》有罪案类型片的框架，但亦遵循现实主义手法。影片由饶晓志监制，万力执导，檀健次、兰西雅、王戈、王砚辉、迟蓬等出演，是国内首部讲述聋人反诈的故事片，取材自手语律师张琪的真实经历。故事中，律师意外卷入一桩聋人反诈案，他不惜利用此案实现名利双收，却在发现背后似乎隐藏更大阴谋后，面临欲望与良知的抉择。全片有30%的对白为手语，还采用低频音效模拟聋人听觉体验，以期让观众真正“听见”听障人群的世界。从内容到排期，片方的策略很明显，避开假期首日的激烈竞争，靠口碑走长线。

(新华网)

