



国庆档大片云集： 题材多元好戏登场

一边，国产爱情电影经典IP深得人心，《前任4：英年早婚》以各售票平台遥遥领先的“想看”人次领跑国庆档众片，并在9月28日抢先开映，轻松拿下当日票房冠军；另一边，年过七旬的张艺谋和陈凯歌分别携《坚如磐石》与《志愿军：雄兵出击》于当天傍晚加入国庆档。

虽然国庆档唯一提前点映的喜剧电影《好像也没那么热血沸腾》和昨日上映的《莫斯科行动》和其他多部动画电影都将分走票房的一杯羹，但这个国庆档的票房冠军估计将在前三部作品中决出。

《志愿军：雄兵出击》 力求复刻当年影像

数据显示，近十年国庆档票房冠军，一半是主旋律影片。2019年以来，主旋律影片更连续4年成为国庆档票房冠军。9月27日，在《志愿军：雄兵出击》正式上映前，影片导演陈凯歌、总制片人陈红携演员辛柏青、黄晓明、王骁、朱亚文、陈飞宇、张子枫来到鸭绿江畔的丹东市，来到中国人民志愿军抗美援朝的起点，开启全国路演。

《志愿军》三部曲与以往抗美援朝题材影片最大的区别，在于它以全景式、多维度方式来展现。关键性人物多达200多个，既有领袖将帅，也有无名战士。其中，新中国外交代表团第一次亮相联合国，是第一部的重头戏之一。主创们根据当年的历史资料，搭建了1:1还原的联合国场景，演员的形象动作也力求复刻当年的影像，彼时大使衔特派代表伍修

权（张颂文 饰）的举手投足一一重现。正如美术指导陆苇所言：“拍联合国会议，就得特别真实。”

《坚如磐石》 献上一场表演盛宴

自2019年开机后，《坚如磐石》历经4年打磨与沉淀，是张艺谋再度回归现实主义之作，也是他首次挑战现代都市题材。电影以一场公交车爆炸案作为切入点，看似普通的一个案件、一场饭局却引发一场搅动整个城市的暗震。从成片来看，虽然故事的完整性经过多次修改有所牺牲，但每一个演员都奉献出了极致精彩的表演。

在影片中扮演富商黎志田的于和伟看来，一个好的剧本既要符合戏剧逻辑，也要符合生活逻辑。作为演员，不管是反面还是正面角色都要演，但最重要的是要刻画出人物的内心世界，比如片中的黎志田，影片把握住了他性格中的两

点：一是对女儿无条件的爱，这是人之常情；另一个是他的畸形人生和事业。“他的内心情感越纠结、越撕裂、越拧巴，可能就越好看。”

《前任4：英年早婚》 再创奇迹并不容易

相较于本周前三天的全国日均票房不足2400万，周四工作日18509.77万元的日票房成绩可谓不出色，这其中超过48%是《前任4：英年早婚》贡献的。

这并非是这个小成本系列第一次跑出漂亮数据，早在2017年与2018年跨年之时，这个系列的第三部《前任3：再见前任》引爆电影市场，最终拿下近20亿元票房。于文文演唱的影片主题曲《体面》更在当时传遍大街小巷，成为网络热门歌曲。

那么，这个IP还能延续辉煌吗？或许能卖得不错，但再创奇迹并不容易。《前任4：英年早婚》讲的是现代都市男女在面对是否进入婚姻，以及如何更好地进入婚姻这一问题上的困惑和思考。相信主创也觉得10年前追《前任攻略》的观众经过现实中的10年后，如今已到了面临婚姻甚至婚后柴米油盐的年龄。但有一个残酷的问题是，对于中国电影市场来说，爱情电影的观众群是相对年轻的，被柴米油盐裹挟的“中年男女”走进电影院的概率要小得多。

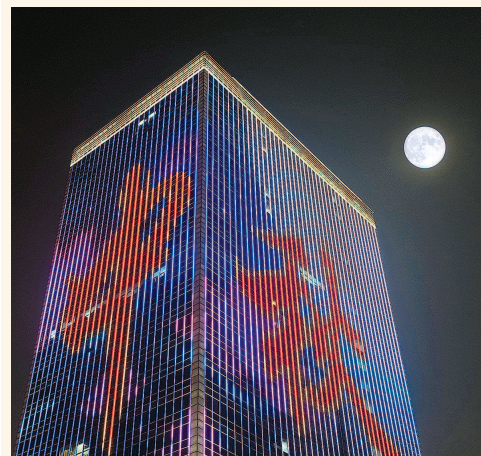
本报记者 孙佳音

中秋佳节 圆月高悬

“海上生明月，天涯共此时。”昨天，中秋佳节，一轮圆月高悬夜空；月光如水，衬得申城景致更加迷人。



■ 昨晚迎来本年度第三大满月，今年十五的月亮十五圆。一轮圆月与龙华古塔交相辉映，别有一番诗情画意
杨建正 摄



■ 明月当空，汉中路上一座大厦的巨型LED屏幕正滚动播放中秋祝福
本报记者 刘歆 摄



■ 苏州河边，孩子们在明月下、灯光中玩耍
本报记者 周馨 摄

乡村里的 文艺范

金山嘴渔村景区马利艺术空间『能看能玩』

国潮动漫风引来汉服秀



▲ 流体兔艺术墙吸引小朋友目光
▼ 马利艺术空间充满艺术气息

本报记者 陶磊 摄



“爸爸，来这拍一张！”“妈妈，我也要拍一张！”昨天，在金山嘴渔村景区马利艺术空间，10岁的侯彦萱和8岁的沈嘉萱争着让爸爸妈妈拍照打卡。姐妹俩身穿汉服，宛若两个小仙女，灵气十足。

马利艺术空间距离金山嘴老街约500米，虽然面积只有200多平方米，但时尚打卡点可真不少。一进门，左手边一面由70只颜色各异的流体兔组成的艺术墙夺人眼球，每一只都是3D打印而成。中央，马利品牌的虚拟形象代言人马小利正骑着一匹小马。“这可是古风加国潮动漫。”侯彦萱指着马小利告诉记者。妹妹沈嘉萱则来到艺术空间最里面一角的小舞台，随着一曲《一笑江湖》跳起了舞，吸引了周围参观者的目光。

来到马利艺术空间的参观者，不仅能看，还能体验制作小流体熊挂件、花式徽章，使用丙烯颜料和石英砂绘制立体肌理画等。“这幅画真漂亮！”侯彦萱目不转睛地看着一幅大海主题的肌理画说，“海浪有点渐变，蛮好看的。我喜欢蓝色和紫色，我家旁边就是金山城市沙滩，所以我对大海很感兴趣。”记者注意到，许多参观者喜欢在积木墙那里玩，墙上的积木可以拼搭出各种造型，无论大人还是小孩都玩得津津有味。

在马利艺术空间，墙上陈列的马利牌产品也琳琅满目，包括水彩、水粉、油画、中国画、丙烯画颜料，油画棒、蜡笔，以及画笔、画架等画材。

沈女士告诉记者，今天其实是第一次来，感觉这里有一个对老品牌的回忆，还增添了动漫等流行元素，五颜六色的空间很漂亮。

马利创立于1919年，是中国知名的画材品牌。“马利也是金山本土品牌。为了弘扬和推广民族品牌、传承传统文化，我们在AAAA级旅游景区——金山嘴渔村设点宣传。”上海金山嘴渔村投资管理有限公司副总经理吴雪洪介绍，马利艺术空间开业3个多月以来，举办了多次研学体验活动，未来将深入挖掘海渔文化与老字号品牌文化的结合点，进一步探索产品创新和运营模式创新，着力打造渔村“网红”新地标。 本报记者 屠瑜