

电影“五一档”票房、场次、人次均超去年

上海蝉联档期城市票房冠军

根据灯塔专业版数据,截至5月6日,2026年“五一档”(5.1—5.5日)档期总票房已突破7.58亿元,超过去年“五一档”最终票房成绩,不仅提前实现同比票房正增长,档期排片场次、观影人次也都较大幅度超过去年同期。

票价低了 情侣多了

影片《消失的人》《寒战1994》《穿普拉达的女王2》分列档期票房前三,其中《消失的人》《寒战1994》合计贡献“五一档”大盘票房的60%以上。

相较往年,今年“五一档”票价明显走低。平均票价为36.4元,同比减少3.2元、降幅达8%。观众结构层面,男女观众分布较去年更为均衡。此外,双人观影占比高达48.5%,较去年有明显提升,票房领跑的《消失的人》拉动效应最强,双人观影占比达65.4%,情侣观影需求旺盛。

区域表现上,今年“五一档”一线城市走势亮眼,票房占比20.14%,主要得益于《寒战1994》《穿普拉达的女王2》《给阿嬷的情书》《迈克尔·杰克逊:巨星之路》在一线城市的突出表现,而悬疑片《消失的人》在下沉市场优势明显,三、四线城市票房贡献占比43.7%,形成了明显的类型错位竞争优势。

上海再次蝉联“五一档”城市票房冠军;深圳、广州反超北京,位列第二、三名。值得一提的是,潮汕方言电影《给阿嬷的情书》口碑持续发酵,豆瓣评分高达9.0分,刷新了2026年国产院线电影的最高纪录。广东省依托这部口碑“黑马”,本地观影热度大幅攀升,档期票房较去年同期增长三成以上,位列省份票房榜首位。

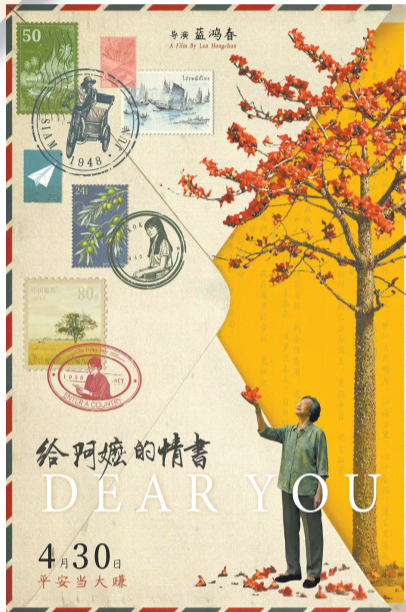
方言有味 温情走心

《给阿嬷的情书》是一部地道的家庭剧情片,没有流量明星加持,大部分演员甚至是非职业的素人,全靠潮汕方言的原汁原味和克制细腻的情感表达打动了观众。

故事里,一位素未谋面的陌生人为了不让异国的阿嬷绝望,代替逝去的丈夫写信、寄钱长达半个世纪。这部电影虽然讲述的是潮汕故事,用的是潮汕方言,但探讨的是“有情有义”这一中国人共通的情感内核,即使没有相关的地域背景,也能被影片中跨越山海的守望和人与人之间的深度连接深深打动。

社交媒体上,观众普遍评价这部电影“后劲很大”,它没有刻意的煽情和狗血的剧情,而是用近乎白描的手法,将情感蕴藏在日常生活细节中。这种“淡淡”的审美和克制的叙事,反而让情感的爆发点更具冲击力。还有很多观众表示,虽然听不懂所有方言,也是第一次了解“下南洋”历史和侨批文化,但依然哭得稀里哗啦,甚至能从阿嬷“不让拆老厝”的固执中,照见自己对故乡的眷恋,称其为“一封写给所有游子 and 家庭的‘慢信’”,给人带来都市喧嚣中的治愈力量。

本报记者 孙佳音



为一场展赴一座城 百场展览万次奔赴

申城文博「群星闪耀时」

今年“五一”假期,上海文博美术领域迎来了一场热烈的“群星闪耀时”。全市各大博物馆与美术馆假日期间共推出文博展览数十场、美术展览百余场,其中,上海博物馆两馆共接待154284人次,上海美术馆接待观众42736人次,浦东美术馆逾20000人次参观,上海,俨然成为一座永不落幕的城市艺术会客厅。

上海美术馆(中华艺术宫)恰逢建馆七十周年,美育殿堂没有停歇,六大重磅新展全面开放,15场特色公教活动轮番上演,多款跨界文创新鲜亮相,热度与口碑双线高涨。其中,建馆70周年重点策划的“君子不器——沈鹏书法艺术回顾展”汇聚116件/套珍贵展品,以“心迹天成”“转益多师”“文思潜寄”“诗心妙悟”四大篇章回溯书法大家融通四海的“不器”人生,被不少文学爱好者奉为假日必访的精神高地。与其步调呼应的“第六届中国画展”,用笔墨丹青讲述山河壮阔与民生百态。“‘艺’起童年——中国儿童美术百年巡展”则以丰子恺等大家的插画为起点,用230组作品勾勒出百年童趣与美育脉络的现场。贯穿全年的空间概念展“我与上海不可分割”假期再迎新作,一场“一个人的美术馆”圆桌对话邀请人们凝视何为公共与私密的空间思辨。

视线越过“2026上海国际咖啡文化节”联动街区,另一场顶级文化探访正在上海博物馆东馆静候相逢——“从莎士比亚到J.K.罗琳:英国文学家肖像与名迹展”,实现了“肖像”与“手迹”并置辉映的策展思路,让观众与声名赫赫的文坛大家展开面对面的交谈。

紧随紫藤花开的方向,上海市历史博物馆庭院广场的“第六届广场咖啡嘉年华”更以浓烈海派氛围迎来“五一”沪上数万计休闲度假新宠。更妙的是,上历博对户外绿地焕新改造成露营地式休憩体验区,市民朋友执杯徘徊百年历史建筑间饮咖放空,亦开怀留影。宠物友好的户外运动区间与“相亲角”式布置,以及爱心公益领养站点,都让“上历文博嘉年华”拥抱都市可触可感的温情暖意,充分激活了“文博跨界”的消费流量。

外滩以北,作为落户外滩原点的最新空间,上海久事美术馆(外滩1号)新馆启幕的首展“把万物进行到底”以先秦哲学“万物齐一”为思想线索,汇聚全球9位国际艺术家生态视角的作品。“五一”期间,延续特展深意的“小鸟友好计划”“枯木逢春”等共创手作活动吸引力不凡,每日三场的专业讲解拆解展览主题更是人气爆棚。

各文博场馆描绘出斑斓的假日文化图景,上海已把艺术化为伴随咖啡香气与春日阳光的日常生活方式。

本报记者 徐翌晨

大IP 不如好故事

从《寒战1994》在“五一档”竞争中输给《消失的人》说起



“五一档”的激战昨晚落幕,此前被影迷和市场寄予厚望的《寒战1994》票房踉踉跄跄,刚刚摸到2亿元门槛。这部港产经典IP的前传,不仅上映后机构预测总票房被不断调低,更在上映后的第二天就交出了单日票房冠军的宝座,在“五一档”的竞争中最终输给了从制作成本到明星阵容,再到宣传阵仗都远不及它的《消失的人》。

《寒战1994》的问题,到底在哪里?

《寒战》第一部上映于2012年,其叙事格局之宏大,人物关系之错综,都令人对当时已略显疲态的港产电影生出了新的期待。《寒战2》四年后上映,“寒战”宇宙进一步完善,累计收获了近7亿元的票房。但作为系列电影的前传,《寒战1994》首先被诟病的是“欺诈式”营销:宣传重点渲染周润发、梁家辉、郭富城重磅回归,但实际上他们的出场时间不足10

分钟,让大批奔着情怀观影的观众倍感失望。

除了演员,还有观众认为这部前传电影本身也相当“挂羊头”。故事设定在1994年香港回归前夕,本可深挖时代暗流与多方势力博弈,但《寒战1994》的叙事格局却反而有些“小家子气”。更有不少观众表示《寒战1994》更像是一部冗长的预告片,大量篇幅只为后续作品埋线铺垫,核心悬念与高潮留待续集,导致影片本身主线模糊、节奏拖沓,且缺乏一个扎实的闭环结局。

人物设定更是前后割裂。前作里梁家辉饰演的李文彬手段果决、城府极深,而本片中青年版李文彬却稚嫩懵懂,很难让观众信服其日后能撑起权力地位,且能让手下对他产生如死士般的忠诚。同时,李文彬与蔡元祺的人物关系也铺垫单薄,野心与动机刻画不足,缺少港片

高层博弈的智商压迫感。

剧情逻辑同样漏洞明显。案件侦破依赖意外巧合,削弱了角色的主观能动性和高智商叙事的质感。影片中黑帮绑架、家产分配等情节设定也刻意生硬,不符合现实逻辑,而且角色的言行也与1994年香港的历史背景存在明显违和感。

剥去明星光环和情怀加分的《寒战1994》,实在所剩不多。反观《消失的人》,虽然成本不高,明星不大,但还是凭借出色的类型片完成度,精准地击中了观众的爽点。影片改编自高分小说《海葵》,以多线叙事交织“孩童失踪”“独居女性遇险”等社会议题,剧情反转不断,节奏紧凑,被观众评价为“院线版迷雾剧场”。影片聚焦“熟人作案”和人性黑暗面,凭借“猜中了开头却很难猜中结局”的烧脑剧情,在上映后形成了不错的口碑效应。

本报记者 孙佳音

