

暑期档累计票房超 150 亿元 观影人次逾 3.69 亿人

今夏，国产片成“最大赢家”



《消失的她》电影海报。



《八角笼中》电影海报。



《封神》电影海报。

时隔 3 年，暑期档电影再度冲破百亿票房大关，刷新中国影史暑期档票房最快破百亿纪录。截至目前，暑期档累计票房超 150 亿元，观影人次逾 3.69 亿人，远超过去两年同期，而“最强暑期档”最火的，还是国产片。

好莱坞大片 7 月所占市场份额不足 10%

截至 8 月 7 日晚，《消失的她》以 35.16 亿元名列暑期档票房第一；《八角笼中》以 21.44 亿元位居第二；第三是《封神》，17.11 亿元；《长安三万里》排第四，16.6 亿元。尽管暑期档已过半，但后续还有《孤注一掷》《我经过风暴》《学爸》等“潜力型选手”，可能继续维持“每周一部人气国产片”的节奏。与之形成对比的是，一向被喻为票房“灵丹妙药”的好莱坞大片，成绩平平。据猫眼专业版数据，《变形金刚：超能勇士崛起》上映 23 天总票房约 6 亿元，《蜘蛛侠：纵横宇宙》《碟中谍 7（上）》等大 IP 作品，票房都在 3 亿元左右。整个 7 月，好莱坞大片所占市场份额甚至不足 10%。

这不是偶然。早在 2017 年，好莱坞影片在中国电影市场的号召力就已

呈下降趋势，2019 年 4 月《复仇者联盟 4》过后，至今再无任何进口片票房超 15 亿元，而即便《复仇者联盟 4》一度成为全球多数国家的票房冠军，在中国也只能屈居《哪吒之魔童降世》《流浪地球》之后。

市场号召力 国产片为啥超过了进口片？

上世纪末到本世纪初，好莱坞电影经历数字化革命浪潮，创造出哈利波特、指环王、漫威、碟中谍系列等 IP 神作，但如今绝大多数好莱坞 IP 的再开发逐渐落入同质化、套路化窠臼，与同期国产片相较，好莱坞 IP 视觉效果看上去没那么“炫”，剧情内容也缺乏突破。再铁杆的粉丝，也难免出现审美疲劳。

而这几年中国电影产业一定程度上实现了内容和技术的逆袭。比如 2019 年，《流浪地球》《疯狂的外星人》等作品表现亮眼，此后《刺杀小说家》《长津湖》《独行月球》等应用虚拟制片等前沿技术，使中国电影视觉特效水平迈上新台阶。到今年春节档、暑期档，国产片跟世界一流制作水平的距离越拉越小。以《流浪地球 2》为例，片

方使用了最新的虚幻引擎技术，结合摄像机追踪路径和 XR 虚拟生成图像，将后期特效前置，实现“所见即所得”。

从整体看，过去 10 余年，中国电影人不断加强现实题材创作，深入挖掘中华优秀传统文化。观众走进影院，总能看到一些与普通人的生活工作相关的电影，也能接触到中国的文化脉络与美学风格。

今年，文旅消费助力全国消费市场复苏，文旅融合呈现“影视+旅游”的新特征。比如《长安三万里》带火了唐诗主题旅游线路，不少影迷到壶口瀑布感受“黄河之水天上来”，在大明宫国家遗址公园体验“千官望长安，万国拜含元”。

更值得注意的是，国产电影和观众之间还形成了良性互动。优秀的国产电影不仅吸引观众，也塑造着观众的审美认知；观众对国产电影的鼓励和支持，催生出更多更好的作品。这样的“双向奔赴”，使国产片在国内市场大放异彩，并通过部分影片的国内外同步发行，让精彩的中国故事“走出去”。

在好莱坞影响力相对下行的周期里，找到独具特色的发展路径，是未来国产电影不断“出圈”的关键。

据新华社

汽油、柴油价格上调

加满一箱油将多花 9.5 元左右

国家发展改革委 8 月 9 日发布消息称，根据近期国际市场油价变化情况，按照现行成品油价格形成机制，自 2023 年 8 月 9 日 24 时起，国内汽油、柴油价格每吨分别提高 240 元、230 元。

国家发展改革委有关负责人说，中石油、中石化、中海油三大公司及其他原油加工企业要组织好成品油生产和调运，确保市场稳定供应，严格执行国家价格政策。各地相关部门要加大市场监督管理力度，严厉查处不执行国家价格政策的行为，维护正常市场秩序。消费者可通过 12315 平台举报价格违法行为。

本轮成品油调价周期内国际油价继续上涨。国家发展改革委价格监测中心预计，综合判断短期内国际油价继续大幅上涨的可能性不大。

上述调整落地后，油价将呈现“四连涨”走势。机构测算，此次调价折合 92 号汽油每升上调 0.19 元，95 号汽油每升上调 0.20 元，0 号柴油每升上调 0.20 元。

以油箱容量 50L 的普通私家车为例，这次调价后，车主加满一箱油将多花 9.5 元左右。柴油方面，油箱容量为 160L 的大货车，加满一箱油将多支出约 32 元。

隆众资讯分析师刘文杰认为，本轮计价周期内，国际油价维持偏强走势。沙特将把 100 万桶/日的自愿减产延期至 9 月，俄罗斯也承诺将在 9 月继续削减供应，美国能源信息署亦对经济前景持乐观态度，均给予油价上行动力。

“整体来看，计价周期内挂靠油种均价上移，所对应的原油综合变化率正向区间运行，开启本轮零售价上调窗口。”

本轮是 2023 年第十六次调价，调价后，国内成品油价格年内呈现“八涨六跌两搁浅”格局。下一轮调价窗口将在 8 月 23 日 24 时开启。

综合新华社、中新网消息

快递行业继续保持恢复向好态势

快递业务量 连续五个月超百亿件

国家邮政局近日发布 7 月快递业运行情况。经测，今年 7 月我国快递发展指数为 352.3，同比提升 27.9%。其中，快递发展规模指数为 388.2，同比提升 8.8%。从分项指标看，7 月行业保持良好态势，预计快递业务量同比增长 8% 左右，业务收入同比增长 6% 左右，业务量连续 5 个月超百亿件，总体运行较为平稳。

“7 月快递业运行整体趋稳，得益于快递供给水平的显著提升。”国家邮政局发展研究中心战略规划研究部主任刘江说，7 月，快递发展能力指数为 203.8，同比提升 0.9 个百分点。

一方面，干线运输能力持续增强。铁路运输方面，快递企业加快推进与高铁双网融合，开通“成都—昆明”高铁快运专列，中远程多方式运输能力有所提升。航空运输方面，行业自有航空公司开通“鄂州—法兰克福”“广州—金奈”等国际航线，鄂州花湖机场货运航线转场工作正式启动。

另一方面，海外服务能力有所提升。快递企业与境外企业深化合作，完善境外“自营仓+落地配”服务模式，提升一体化供应链物流服务能力，在欧洲多国推动开展本地包裹最快当日达的高效寄递服务。启用印度尼西亚雅加达智慧物流枢纽，海外处理时效有所提升，对东南亚等地区的辐射能力进一步增强。

从服务质量来看，7 月，快递服务质量指数为 560.5，同比提升 66.5%。从分项指标看，快递服务公众满意度预计为 82.9 分，同比提升 1.3 分。重点地区 72 小时准时率预计为 84.3%，同比提升 6.7 个百分点。

“7 月是快递运行淡季，行业继续保持恢复向好态势。从全年看，随着经济恢复向好，支撑快递发展的有利条件较多，行业有望运行在合理区间。”刘江说，随着快递“进村进厂出海”工程加快实施，农产品上行速度、服务产业链深度和国际网络覆盖广度持续提升，下半年快递规模体量将再创新高。

据新华社

提升灾害预防应用能力

环境减灾二号 06 星顺利入轨

8 月 9 日早间，我国在太原卫星发射中心使用长征二号丙运载火箭，成功将环境减灾二号 06 星发射升空，卫星顺利进入预定轨道，发射任务获得圆满成功。该卫星将有效提升我国灾害预防、应急管理、生态环境遥感监测业务化应用能力。

环境减灾二号 06 星是《国家民用空间基础设施中长期发展规划（2015—2025 年）》中的遥感业务卫星，搭载 S 波段合成孔径雷达分系统和应急数据处理分系统等有效载荷。S 波段合成孔径雷达可不受云、雨等干扰，有效弥补光学卫星易受天气因素影响的不足。应急数据处理分系统可通过星上实时成像、热点区域信息提取及预处理，大幅提升突发环境事件的卫星遥感数据保障能力和应急响应能力。

环境减灾二号 06 星将为减灾、环

境相关领域业务化应用提供基础数据保障，并服务于国土资源、水利、农业、林业等行业。该卫星还将与 05 星在轨组网运行，初步建成应急管理、生态环境业务卫星星座及其配套的天地一体业务应用系统，进一步满足相关领域中分辨率合成孔径雷达数据供给需求。

据悉，本次发射任务，国家航天局负责环境减灾二号 06 星工程组织管理、重大事项组织协调、发射许可审批，国家航天局对地观测与数据中心承担工程大总体工作；应急管理部、生态环境部负责各自应用系统建设和运行；中国航天科技集团有限公司五院航天东方红卫星有限公司负责卫星系统抓总研制，一院负责运载火箭系统抓总研制；中国资源卫星应用中心和中国科学院空天信息创新研究院负责地面系统建设和运行。

长征二号丙运载火箭由中国航天

科技集团有限公司所属中国运载火箭技术研究院抓总研制，是我国现役长征系列运载火箭中服役时间最长的火箭，作为一名“金牌老将”，其具有飞行子样多、可靠性高、发射周期短、运载能力适中等优点。

目前，长征二号丙运载火箭有两种构型，两种构型的主要区别在于整流罩的直径，本次任务采用的是 3.35 米直径整流罩两级状态基本型，该状态全箭总长约 42.3 米，全箭起飞质量 241 吨。

长征二号丙运载火箭总体主任设计师邢建伟介绍，2023 年，长征二号丙运载火箭发射次数将再创新高，年底前，还将转战三个内陆发射场进行高密度发射。研制团队将持续推进火箭去任务化技术状态管理和发射场流程优化，严控产品质量，进一步提升发射效率，更好满足任务需求。

据新华社