

年轻人喜欢电影里的『中国味』

从『看别人』到『见自己』

首都经济贸易大学大二学生康嘉木翻看近年自己的电影票根发现：与以往他收藏外国大片和日韩文艺片居多不同，近一段时间以来，国产片票根已占多数，“并不是出于刻意的支持，而是因为国产电影变得更丰富、更成熟了。”他说。

康嘉木的票根不是个例。许多人朋友圈里晒出的票根也在变：《哪吒之魔童闹海》《给阿嬷的情书》《功夫女足》《八仙！》《欢迎来到龙餐馆》……配文也越来越走心：“后劲太大”

“笑着笑着就沉默了”“二刷，带爸妈去的”。根据猫眼专业版数据，截至8月26日，2026年暑期档票房约119亿元，档期票房前五中，国产片《功夫女足》《八仙！》《欢迎来到龙餐馆》和《给阿嬷的情书》占据四席。

这个变化，和当下年轻人正在经历的文化心态转变有关。



▲资料图片



▲资料图片

从“他者叙事”到中国视角

很长一段时间里，全球电影主流的讲述逻辑往往由好莱坞主导，拯救世界的是美国英雄。在一些海外电影中，中国常被简化为唐人街、灯笼、功夫等视觉标签。对年轻观众而言，这些“别人的故事”虽然提供了丰富的想象，但与自身生活经验的距离始终存在。

近年来的国产电影则更多站在中国人自己的立场观察世界，也从普通人的生活经验出发讲述故事。

《欢迎来到龙餐馆》导演文牧野与在海外开饭馆并亲历战乱的中国人深度交流后，决定用“纯粹的中国视角”讲述一个去海外打拼的普通中国人的故事。中东战乱背景下，中国厨师徐福支起灶台、颠勺炒菜，用一桌家常菜守护战乱中的孤儿。文牧野说，战争中或许有太多无解的问题，人们也无法选择身处的环境，“但可以选择一件事——好好吃饭”。

《功夫女足》视角聚焦普通女孩，讲述女足“娥眉队”逆袭征战的故事，传递女性彼此扶持、突破困境的力量。导演周星驰在路演中表示，“娥眉队”是中国风骨的具象载体，“如水”的哲学贯穿始终。从25年前的《少林足球》到今天的《功夫女足》，他心中这团火从未熄灭。

《万里归途》把镜头对准中国外交官撤侨幕后。导演饶晓志最想探究的是一个没有“武力值”的外交人员凭什么把同胞从战乱国度带回来，答案是中国人骨子里的韧劲和担当。

北京师范大学副教授尹一伊分析认为，《欢迎来到龙餐馆》带有鲜明的中国文化特点。过去中国观众从好莱坞战争片里获取的是反战、和平等抽象概念，缺乏在地的、具体的情感经验。《欢迎来到龙餐馆》把镜头对准战争环境中具体的人的基本生活需求，落脚在“民以食为天”这一中国底色，在人类共同价值表达中形成了中国电影的叙事方式。她认为，近年来国产电影一直在探索中国精神的表达，例如《流浪地球》通过“移山计划”尝试探讨中国式太空问题的“解决方案”，《流浪山小妖怪》以“反英雄套路”书写平凡人的坚韧和闪光点……国产电影让故事、情感和价值传递与时代需求的结合越来越紧密。

从视觉标签到情感共鸣

什么样的电影最能让年轻人买单？翻看票房榜单，答案逐渐清晰：那些不只让他们看见中国元素，更能让他们产生情感共鸣的故事。

《哪吒之魔童降世》《哪吒之魔童闹海》导演饺子说，中国传统文化是电影创作的“一座巨大的宝藏”，他和团队“把传统IP的价值提炼出来，结合当下的时代精神，重新创作出一个大家真正相信的故事”。从第一部的“我命由我不由天”，到第二部的“若前方无路，我便踏出一条路”，哪吒的成长轨迹从个人抗争走向守护苍生，不是西方式的个人英雄主义，而是中国人骨子里的追求正义、敢于担当。《哪吒之魔童闹海》主创曾表示，高难度视效镜头起初找了国外顶级工作室，做出来却不达预期，“国外的风格手法不适合我们的内容和审美，中华文化的审美风范还是要自己打造”。

《八仙！》导演牟正洋是个“90后”，影片主要在四川制作完成，铁拐李说四川味普通话，八仙夜宵涮火锅，道观古树参考青城山千年银杏。牟正洋研究发现，八仙不是天生位列仙班的完人，而是历史上民间筛选出来的凡人代表。他褪去神仙滤镜，聚焦他们成仙前的凡人岁月，突出“烟火气非常重的一群人”。影片“不问得失，只认对错”的道义力量，比神仙法术更打动年轻人。

《给阿嬷的情书》用一封封泛黄的侨批讲透中国人重信守诺的传统美德。这部潮汕方言片让不少北方观众也泪流满面。尹一伊分析认为，“80后”“90后”更多在真实的地缘、亲缘环境中长大，而“00后”是数字世界的原住民，某种程度上，他们在真实生活中与身边人和事建立连接的能力有所不足。《给阿嬷的情书》里，一封封手写书信提供的情感确认感、对忠贞爱情和真挚感情的表达，恰好回应了数字时代年轻人的情感需求。

尹一伊说，创作者在鲜明的文化主体性意识基础上讲好故事——清楚自己用什么样的眼光看世界、讲故事，中国文化内核和母题自然会呈现出来，“因为它本来就在创作者和观众的文化基因里”。在她看来，当下全球观影文化都在经历转向，从感官需求转向情感需求。大场面和特效带来的爽感刺激，已在一定程度上被短视频等新媒体内容满足，如今人们走进电影院，想要的是更深层的文化情感。比如今年美国电影市场上，小成本惊悚片《痴迷》成为票房黑马之一，说明好莱坞大片在全球范围内的吸引力正在变化。“全世界都在寻找电影创作的新语法，这对中国电影是很好的机会”。她认为，《给阿嬷的情书》为此

提供了本土化答案：表达最真诚、最在地的的人物和故事，和具体的观众建立连接。

作为观众，康嘉木也有同样的感受。现在不少国产电影对中国人情感方式和处世逻辑的表现令他印象深刻，“《欢迎来到龙餐馆》里那种在困境中仍要把日子过下去的韧劲和中国人的情义，比拯救世界的个体英雄更让我有共鸣，这种‘中国味’是外国电影拍不出来的。”

从一张票根到一场嘉年华

不止于一场电影，如今，电影正在走出放映厅，进入更广阔的日常空间，成为一种多元生活方式。

CMG电影文化嘉年华提供了生动样本。从春天的浙江宁波，到盛夏的湖北武汉，再到初秋的天津海河之滨，活动将非遗市集、电影主题打卡、露天放映、新片路演与城市文旅结合，走出影院，走进城市公共空间。负责人崔狄介绍，举办这个系列活动的初衷是“以电影为媒，将传统文化延伸到市井街头与城市公共空间”，让电影文化融入城市烟火，打造全民共享的沉浸式电影文化盛会。

崔狄观察到，年轻人是当仁不让的主力：天津专场《欢迎来到龙餐馆》甩面体验区，年轻人自发拍短视频形成二次传播；他们在非遗文创与电影IP结合的摊位前排起长队；露天放映时，他们在星空下与同好共享光影。“这种跨业态的文化浸润，让年轻人对中华文化的认知更为具体可感，更能培育文化自觉与自信。”

尹一伊表示，以前看电影是年轻人社交、出街时很自然的日常活动，现在一次性观影变得越来越仪式化，人们需要特别的理由才会走进影院。“电影+”除了行业转型，也在努力让看电影重新融入年轻人的日常生活。“年轻观众参与性极强，对互动体验和仪式感需求很高，如何让电影既融入市井生活又保持艺术的神秘感和吸引力，是下一步的关键课题。”

康嘉木和他的朋友们十分乐于参加电影IP线下举办的市集、露天放映及非遗体验活动。在他看来，文化自信是阅片足够多之后，依然能够从国产片中发现独特且成熟的表达，愿意欣赏也敢于批评，“我们对国产电影抱有更高期待。”

日前，张艺谋在署名文章《年轻人是中国电影的未来》中写道：“唯有年轻人才是中国电影的未来。”他认为，艺术创作必须植根于中国现实土壤，与最广大人民群众同呼吸、共命运，要善于发现时代进程中的点点滴滴，展现大时代下的个人命运，观众才爱看。

从1905年中国人自己拍摄的第一部电影《定军山》，到袁牧之、吴印咸等前辈在战火中建立东北电影制片厂，再到今天饺子、牟正洋、文牧野等新生力量自信从容地参与全球叙事，中国电影始终在寻找属于自己的表达。今天，年轻观众主动为本土原创故事喝彩，也让这条路更加清晰：踏踏实实挖掘中华文化底蕴，站在中国人自己的视角观察世界，讲好中国故事。

当灯光暗下、银幕亮起，年轻人在光影中看到的远不只是一段传奇，更是熟悉的生活、共同的情感以及中华文化在当代的鲜活表达。这场由年轻人主导的为“中国味”、为中华文化打call，才刚刚开始。

（据《人民日报海外版》）