

创下近三年国产影片点映评分纪录 累计票房已破8.5亿元 《欢迎来龙餐馆》何以成暑期档爆款

8月6日宣布定档,8月8日开启超前点映,8月11日正式公映——《欢迎来龙餐馆》用不到一周时间,走完了一部头部商业大片通常需要一至两个月的宣发周期。

这种“极限定档”的操作,在业内并不常见,市场表现却出人意料:点映3天累计票房1.6亿元,猫眼9.7分、淘票票9.8分,创下近三年国产影片点映评分纪录;公映首日票房突破2亿元,此后口碑、票房持续逆跌上扬。截至16日,影片上映仅6天,累计票房已突破8.5亿元,排片占比攀升至45%,票房占比接近50%,以绝对优势领跑暑期档。

影片豆瓣开分8.4分,后续稳步上涨至8.5分,超11万用户参与评分,五星好评占比达41.4%,刷新沈腾主演电影的豆瓣最高分纪录。猫眼专业版也将影片总票房预测从最初的20亿元左右,上调至25亿元。

一部几乎零预热、空降暑期档尾声的影片,为何能在短时间内斩获市场与口碑的双重认可?



剧照。

品质为本 极限定档的硬核底气

“极限定档”并非全新行业操作,但放在大体量商业片身上,无疑意味着极高风险。片方摒弃了传统宣发依赖的长期预热、分阶段物料投放及持续性话题铺垫,将影片全部核心竞争力,押注于影片质量。

导演文牧野的创作履历,为这份底气提供了坚实可信的背书。从《我不是药神》到《奇迹·笨小孩》,他的长片作品数量不多,但每一部均实现票房与口碑双丰收。“文牧野作品”的标签,早已在观众心中建立起“品质过硬、值得信赖”的稳固认知。

而《欢迎来龙餐馆》是其从业以来,体量最大、创作复杂度最高的一次突破——影片聚焦战争题材,采用跨国制作、立足中东背景,创作规模远超他此前所有作品。即便挑战全新领域、舍弃常规宣发套路,片方依旧坚定以优质内容作为核心传播载体。

点映阶段,影片口碑快速发酵扩散。大量观众通过亲友间口口相传走进影院,观影后又主动自发推荐、扩散口碑,形成良性传播闭环。这种真实的口碑传播链条,在当下的电影市场中,远比流水线式的传统宣发更具说服力与传播穿透力。

烟火叙事 以食物解构战争伤痛

影片能够引发全民广泛共鸣,核心原因在于它找到了一个新颖且极具共情力的反战叙事切口——食物。

传统反战影片大多聚焦战争的残酷惨烈、人性的扭曲异化或是英雄主义的悲壮牺牲,依托宏大的战争场面传递反战内核。而文牧野另辟蹊径,将镜头对准远赴中东谋生的普通东北厨师徐福,讲述他在战火纷飞的乱世中,坚守经营一家中餐馆的故事。战争沦为时代背景,小小的中餐馆成为承载叙事、传递温度的核心舞台。

在文牧野的创作理念中,中餐本身就象征着和平:中国人围坐圆桌、共聚一餐、执筷同食的生活意象,皆是和平与团圆的具象表达。这一看似朴素的创作理念,构筑起整部影片的精神根基——以最温暖平凡的日常烟火,对抗最残酷极端的战争暴力。

“龙餐馆有止战的作用,像是一个避难所。”文牧野的这句话,精准点出影片的精神内核。片中的食物,早已超越果腹的基本属性,成为秩序、文明与人性温度的象征。战争摧毁世间一切美好,而一餐热气腾腾的饭菜,能短暂重建安稳日常、留

存人性微光。这种以烟火气诠释反战主题的创作手法,远比单纯堆砌战争场面更有深度、更耐人回味。

温情写实 扎根日常的创作初心

《欢迎来龙餐馆》是文牧野的第三部长片作品,纵观其创作轨迹,他的镜头始终聚焦平凡小人物的生存困境与人性微光。

《我不是药神》深挖生死命题,探讨普通人在病痛与命运面前的挣扎和抗争;《奇迹·笨小孩》聚焦都市奋斗,讲述小人物在时代洪流中,凭借拼搏改写命运的坚守;而《欢迎来龙餐馆》将视角下沉至人类生存最基础的维度——“食”。“吃饭就是生存,这是人类最基础的机能。”这是文牧野的创作初心。从生死抉择到衣食冷暖,影片的议题维度不断拓宽,内涵愈发厚重。他不再局限于探讨“普通人如何活下去”,更深度追问“生存的真正意义”。而答案,藏在最朴素的日常里:好好吃饭、好好生活、珍惜陪伴、坚守本心。这些和平年代理所当然的平凡日常,在战火纷飞的语境下,成为无比奢侈的期许。

这正是文牧野式现实主义的独特内核:摒弃冷峻批判、居高临下的苦难审视,以平视视角、温暖笔触描摹人间百态,打造出有温度的现实主义。

文牧野始终坚信,最普世、最动人的情感,往往藏在最细碎的日常事物中。一锅家常烩饭、一枚温热煎蛋、废墟中傲然挺立的孤树,这些看似微不足道的意象,承载着普通人对和平最纯粹、最真挚的渴望。

文牧野坦言,他希望观众看完影片,记住最简单也最珍贵的四个字:“好好吃饭”。细细品味,这正是反战主题最朴素、最深刻的表达。世人厌战、反战,从来不只源于宏大的家国叙事,更因为战争击碎了普通人的烟火日常,让无数人无法安稳一餐,让无数家庭支离破碎,让无数孩童失去未来。

《欢迎来龙餐馆》的票房与口碑双爆,印证了电影行业的核心真理:优质内容自带强大传播力。扎实的故事、鲜活的人物、真挚的情感,终会被观众认可,并用票房给出最真实的答案。

为打磨这部作品,文牧野耗费近十年心血:2017年萌生创作构想,2019年正式启动剧本创作,历经一年半筹备、四个多月拍摄,横跨多地取景,实景搭建完整中东城镇场景,就连片中菜单都反复打磨研究半年。这份慢工细活、精益求精的创作态度,最终收获了市场的正向回馈。这也是2026年暑期档,中国电影释放出的极具价值的积极信号。

相关新闻

暑期档票房突破100亿元

据灯塔专业版实时数据,截至16日16时59分,2026年暑期档(6月1日-8月31日)总票房(含预售)突破100亿元。《功夫女足》《八仙!》《蜘蛛侠:崭新之日》《欢迎来龙餐馆》《给阿嬷的情书》位列档期票房前五。今年暑期档市场整体表现稳健,截至16日,档期总票房同比增长3.2%,观影人次达2.74亿,同比增长5.7%,平均票价36.5元,同比下降2.4%,市场“以价换量”成效显著。

灯塔专业版数据分析师陈晋分析,今年暑期档呈现多重鲜明特征。观众层面,成熟观影群体占比大幅提升,40岁及以上观众占比达25.9%,同比提升3.2个百分点,创下历史新高;30至34岁观影群体占比21.5%,保持稳步增长态势。

今年暑期档影片题材类型百花齐放,精准匹配大众多元观影需求。喜剧、动画、科幻、战争、悬疑、动作等多类型影片同台竞技,既有《功夫女足》《年会不能停!2》等全民向喜剧作品,《八仙!》《玩具总动员5》等全年龄段动画影片,也有《蜘蛛侠:崭新之日》《奥德赛》等工业级视效大片,以及《欢迎来龙餐馆》这类兼具艺术性与观赏性的现实题材佳作,不同年龄、不同偏好的观众均能找到适配的观影选择。

整体来看,2026年暑期档有望实现票房、观影人次双增长,观众结构持续优化、市场区域布局更均衡、内容创作质量实现多重突破,为后续国内电影市场稳步发展注入充足信心与动力。

本版文图均据北京青年报