

国产奶酪的下一仗怎么打

用10年时间从一片荒原开垦出超200亿元的市场，以34%的市场增速领跑绝大多数快消品品类，当前，我国奶酪产业正站在一个“从量变到质变”的十字路口。

从“儿童专属”走向“全龄营养”，从“再制主导”迈向“原制崛起”，再从“营销驱动”切换到“技术+生态”双轮驱动。所有从业者都无比确信，中国奶酪正从1.0时代跨入2.0时代，这场发展的硬仗，才刚刚开始。

行业“江湖”座次落定

翻开中国奶酪产业的成绩单，一组数据格外醒目：2025年，我国奶酪需求量达42万吨，同比增长16.7%；国产奶酪产量23万吨，同比增长19.7%，进口依存度降至46%，本土供给能力显著提升。

然而，另一组数据同样扎眼：我国人均奶酪年消费量仅约0.3公斤，深加工乳制品占比仅7.3%，国产原制奶酪自给率不足20%——换句话说，中国人吃的奶酪，每5块就有4块来自海外。

“低渗透率”的另一面，正是“高增长”的无限空间。

纽锐拓消费者指数显示，截至今年5月，全国城镇家庭奶酪渗透率已回升至29.25%。值得注意的是，消费结构正在发生改变——奶酪棒虽仍占主导，但杯装、小方、小三角等新型零食奶酪，以及片状、丝状、奶油芝士等家庭餐桌奶酪，正以肉眼可见的速度抢占货架。

销售渠道的变化更为直观，线上渠道占比已从约1/4飙升至三成左右，抖音、拼多多等兴趣电商以及即时零售前置仓正成为奶酪增量的“新燃料”。消费者不再满足于大包装囤货，而是呈现出“高频次、小包装、按需购买”的新习性。

同时，消费者对产品的品质要求更高，高蛋白、低糖、低热量，甚至是配料干净等因素都可能影响他们的消费习惯，但这群越来越“挑剔”的人，恰恰是奶酪产业最值得期待的未来。

此外，行业江湖的座次也基本落定。经过近10年的竞争，我国奶酪市场已形成“一超多强”的格局，妙可蓝多以超过36%的市场份额稳坐头把交椅，伊利、君乐宝、蒙牛等乳业巨头也纷纷入场布局，为奶酪产业持续加码。



需要迈过四道坎

然而，前景光明不等于脚下平坦。妙可蓝多总裁蒯玉龙用8个字精准概括行业痛点——“大而不强、全而不精”。

首先是奶源根基不牢。不同基因型奶牛所产牛奶的凝乳性能天差地别，有的牛奶9公斤可凝出1公斤奶酪，有的则需要10到11公斤。目前这些关键基础数据在国内几乎空白，生产原制奶酪的专用牧场更是稀缺，当务之急，就是尽快把这些基础数据摸清楚，补上来。

与此同时，“软硬派”的话语权也握在别人手里。目前，奶酪的发酵剂、表面成熟菌等核心菌种，以及高品质马苏里拉奶酪的热抗拉伸设备、全连续式凝乳槽等高端装备极度依赖进口，供应链的稳定性难以保障。

换言之，科技创新能力亟待提高。除了菌种、设备等方面，在生产环节，也同样需要技术突破。就以乳清处理为例，生产奶酪必然副产大量乳清液，国外通过膜分离等技术生产浓缩乳清蛋白、乳清分离蛋白等高附加值产品，但国内目前只有部

分头部企业实现了技术突破，可以对乳清进行利用，大部分中小生产企业生产奶酪产生的乳清都无法进一步利用。所以，科技创新对产业发展具有重要意义。不过，针对当前中小企业的乳清处理困境，中国农业科学院农产品加工研究所研究员逢晓阳给出务实建议：“中小企业不必一步到位，可以先做乳清饮料等产品，由头部企业布局高附加值产品，大中小合力分食乳清价值，奶酪产业才能没有后顾之忧。”

令人担忧的是消费培育的严重滞后。当前，儿童奶酪棒仍日占据大市场份额，而真正代表行业成熟度的家庭消费、餐饮消费、高端烘焙场景却严重匮乏。

归根结底，最深层的问题在于产业链“各守孤岛”。国外部分企业早已形成“奶农+品牌”的利益联盟和专业化分工——新西兰恒天然聚焦酪蛋白，阿拉福兹主攻乳清蛋白，各个企业在产业链中从原料开始，各取所需、协同共进，这种高度专业化的分工协作模式可使企业的原料成本降低22%、研发周期缩短35%，实现全产业链价值的最大化 and 风险共担。而国内上下游仍各自为政，尚未有效破题。

AI短剧产业爆发重塑内容生产逻辑

今年上半年，AI短剧交出了一份远超市场预期的成绩单。

DataEye最新数据显示，今年1月至5月，AI短剧市场规模已突破220亿元，全年有望冲击400亿元大关，国内AI短剧用户在今年上半年突破6亿。当前，从平台到制作方，从技术提供方到内容创作者，各方都在热议一个共同话题——AI正在从根本上重塑短剧的生产逻辑与商业边界。业内人士普遍认为，AI短剧已走过试探期，规模化的产业爆发正在发生。

产能与流量双向“井喷”

上半年AI短剧市场的核心特征是供给与需求的同步爆发。

抖音端原生AI短剧数据显示，今年1月至6月新增AI短剧总计22.19万部，其中1055部播放量破亿，新增播放量达5157.38亿。6月单月播放增量攀升至1557.8亿，创下半年以来的最高值。更具标志性地是，首部播放量超20亿的AI剧《发配边关，妻妻开荒养出战神》，在6月单月增量即达21.27亿，印证了头部AI剧的市场穿透力已不逊于头部真人短剧。

供给结构也在发生深刻变化。6月，AI仿真人剧目数占比已超70%，2D与3D

漫剧合计不足28%。而单部漫剧平均播放增量从1月的78.9万跃升至6月的413.2万，增幅达423%。这一数据表明，漫剧类型正在头部爆款拉动下实现整体品质跃升。

快手可灵AI产品及运营负责人温园旭表示，截至今年4月，可灵AI已服务超过6000万创作者，累计生成视频突破6亿条，服务超过3万家企业用户，2025年第四季度营收将达3.4亿元。这些数字表明，AI视频生成已从技术趋势变为产业现实。

芒果TV智能研究中心创新业务专家郝成表示：“AI漫剧的出现并没有让微短剧从原有品质上产生大的飞跃，更多是维持了原有的输出质量，但成本和效率的变化是实质性的。”他指出，当AI解决方案开始产生经济收益时，由于生产力可无限扩展，这种成本竞争逻辑正在加速行业洗牌。

出海按下“快进键”

国内市场爆发的同时，AI短剧出海正形成第二增长曲线。

TikTok投放数据数据显示，相较年初，今年3月北美投放消耗增长954%，欧洲增长887%，东南亚增长768%，日韩增长612%，拉美增长557%。多区域同步爆

发，说明海外市场对AI短剧的接受度正在快速提升。

出海模式的升级更是值得关注的信号。据行业人士透露，国内存量AI剧的出海转译已从早期的翻译字幕、换脸、对口型，进阶为角色形象与文化背景的整体转换。这意味着AI短剧出海正从成本驱动转向内容驱动，欧美市场的增量空间被进一步打开。

郝成表示，AI会加速短剧出海进程。“AI能够让你把握核心故事后，把本地化的成本和质量都完成得比中心化制作更好。中文的网络梗、妆造设定、场景更好的西化或欧美化，AI都可以帮你完成。”他认为，这解决了过去需要组建完全不同的本地团队才能完成文化转译的痛点。

北京点众科技股份有限公司董事长陈瑞卿判断：“未来5年中国微短剧市场规模将超过4000亿元，2026年超过1500亿元。”他对海外市场同样乐观，认为全球市场的扩容将给从业者创造巨大的结构性机会。

行业演进路线渐明

随着市场规模快速扩大，AI短剧行业的竞争格局与演进路径也在逐步清晰。“未来行业结构将呈现两个金字塔——头

从“铺得快”到“扎得深”

困境在前，突围者勇敢面对。

妙可蓝多亮出了“13434”生态战略：以消费者为中心，聚焦奶酪、乳脂、乳清三大品类，构建成长营养、家庭膳食营养、运动营养、功能营养四大体系，以B端、C端、并购出海为三大增长引擎，打造产品创新、品牌引领、渠道变革、数智赋能四大能力。

“接下来拼的不再是谁铺得快，而是谁扎得深、走得宽、与伙伴绑得紧。”蒯玉龙这句话，道出了行业竞争逻辑的根本转变。

在产品端，妙可蓝多动作频频，“奶酪小三角”瞄准成人甜品场景，“金装奶酪脆”用微波膨化工艺让奶酪“变脆”，“手撕奶酪”配方仅含生牛乳、零乳糖，直击乳糖不耐受人群的痛点。在B端战场上，妙可蓝多已打入百胜中国、星巴克、霸王茶姬、鲍师傅等头部连锁企业，为茶饮、烘焙、西方快餐、中西餐等场景提供定制化解决方案。

步子迈得大，成效也很明显，数据显示，2026年上半年，妙可蓝多营业总收入达33.04亿元，同比增长28.71%，C端和B端业务双双实现超20%增长。

伊利同样不甘示弱。2025年推出子品牌“妙芝”，今年发布的新品“脆奶酪”颠覆了消费者对于传统奶酪软糯绵密的印象，而是以酥脆的形象呈现。同时，年产1万吨原制马苏里拉奶酪生产线的落地，标志着伊利实现了从原奶到原制奶酪的全链条自主控制。

君乐宝则走出一条“功能化+场景化”的差异化路线。“高钙奶酪棒”主打促进儿童骨骼健康的功能性，已进入河北多地校园营养餐，覆盖4.5万名学生；“流心小酪”用界面稳定技术让外层奶酪与水果流心“和平共处”，定位成人治愈系甜品。

放眼更广阔的产业图景，所有人都明白，未来竞争不再是单一产品或品牌的较量，而是全产业链生态效率与创新能力的高低比拼。为此，蒯玉龙呼吁建立行业分工协作联盟，在酪蛋白、乳糖、乳脂等分工上实现专业化生产，降低整体成本，缩短研发周期。逢晓阳则倡议借鉴国际经验，推动奶农、加工企业、品牌方形成利益联盟，从牧场到终端建立全价值链利益共享机制，一起把奶酪产业的“蛋糕”做大。

包一农

部分百亿级私募持仓曝光

A股上市公司半年报曝光了部分百亿级私募截至今年6月末的持仓动向。

近日，海康威视发布的半年报显示，高毅资产和重阳战略投资两大百亿级私募现身该公司前十大流通股股东名单。其中高毅资产持有该公司1.13亿股，重阳战略投资持股数量超过1.1亿股，且相较于一季度末显著加仓。此外，同属计算机板块的智微智能二季度末的前十大流通股股东名单中，也出现了百亿级私募鹏胜投资的身影。

值得注意的是，7月以来，科技板块波动显著加剧，上半年频频加码的百亿级私募如今是否仍坚定持有科技股？

多家头部私募选择平衡组合配置以应对短期风险。但是从中长期来看，多位百亿级私募人士认为，科技产业趋势和基本面并未发生变化，有业绩支撑且景气度向上的硬科技板块，仍是后续重点跟踪、择机布局的重要方向。

“7月初开始的科技板块调整远超公司预期。”源乐晟资产有关人士透露，目前公司依然认为AI会成为改变人类经济、政

又迎政策利好 中药市场规模持续扩张

日前，国家中医药局、国家卫生健康委、国家发展改革委等11个部门联合印发《医疗卫生健康中医医药行动方案》，旨在强化基层中医药服务供给，提升群众看中医的可及性与获得感。作为7月以来第三项国家级政策文件，该方案的落地，标志着中医药行业再获强力政策支持。

随着人口老龄化进程深化、居民健康观念全面转型，中医药服务体系从传统诊疗向预防保健、养生调理等全生命周期健康管理延伸，行业市场规模持续扩张。据弗若斯特沙利文预测，国内中医药市场规模将由2024年的14486亿元增长至2029年的22615亿元，五年复合增速达9.3%。

渤海证券研报认为，我国持续推出促进中药发展的相关政策，从多维度推动行业加速发展，期待基本药物目录调整、带动中药销售提升。斯期“十五五”规划对中药业的高质量发展再添发展动能，释放更多增长潜力。

市场规模持续扩大，资本市场反应积极，中药行业指数7月以来累计上涨10.22%，同期上证指数下跌6.87%，跑赢大盘约17个百分点。

从个股来看，陇神戎发7月以来累计上涨101.27%，涨幅居板块首位；珍宝岛累计上涨57.08%，上海凯宝、汉森制药、片仔

治和行为方式的最重要的变革，只是股价总有波动，一旦市场对AI发展的担忧得到解决，公司将坚决加仓科技板块。

“经过7月的调整，科技板块的拥挤风险释放得较为充分，反而创造了更好的布局机会。公司在今年7月初就进行了组合的平衡调整，保留了部分业绩有支撑的科技股，同时适当增配了互联网、医药等估值较低的板块。”深圳某主观私募人士表示，后续公司依然重点关注AI板块的投资机会，如服务器、交换机、光模块、PCB、连接器、散热材料等细分赛道。

石锋资产有关人士表示，AI行业趋势依然处于上行通道，其中有扎实业绩的绩优标的在7月以来的调整中受到错杀，当下是寻找业绩确定、估值合理标的的重要窗口，业绩释放确定性将成为AI产业中选股的核心。另外，下半年市场行情或更加多元化，随着中东地缘冲突缓和、美联储货币政策预期逐渐转明，海外需求相关性价比高品种，如有色、工程机械、医药等板块也值得关注。 商 振

银行理财子公司借打新加速布局权益赛道

据统计，A股中创业板共有68只股票，目前19只股票已公布半年度业绩相关公告，按业绩预告净利润或业绩快报净利润下限计算，2只股票预计扭亏为盈，ST万邦、九芝堂、沃华医药等9只股票预计归母净利润实现同比增长。

从资金面上来看，9只中药股7月以来获融资净买入，珍宝岛、岭岭药业、广誉远净买入金额居前，分别为2509.81万元、1654.8万元、1410.11万元。

珍宝岛在投资者调研活动中表示，由于第三批国家中成药集采延期执行，故公司一季度的销售收入及利润同比下滑。公司本次集采有7个核心品种，14个品规产品国家集采中标，优于竞品的挂网价，集采价，市场份额排名前列。公司预计集采开始执行后主要产品的销量将有显著提升。

在经历前段时间的上涨后，仍有部分中药股估值处于相对低位。据统计，中药行业指数最新市盈率率为23.49倍，较去年同期的28.76倍显著下降。

19只中药股最新市盈率不足20倍，接近总数的三成，吉林敖东、白云山、健民集团市盈率较低，分别为7.76倍、11.98倍、12.46倍。 书 楠

银行理财子公司借打新加速布局权益赛道

7月27日，长鑫科技集团股份有限公司(以下简称“长鑫科技”)在科创板上市，

宁银理财、兴银理财、南银理财、中邮理财、民生理财等5家机构旗下合计29只理财产品参与长鑫科技网下申购，总申购量达24.78亿股，对应申购金额约为214.59亿元，最终获配454.4万份。

分机构来看，宁银理财参与热情最高，共有19只产品入围，总申购量达13.52亿股。兴银理财、中邮理财、南银理财、民生理财分别有4只、3只、2只、1只产品参与。

随着理财行业净值化转型持续推进，各家机构加快布局权益市场，含权理财净值波动随之加大。因风险相对可控，打新成为理财资金试水权益、增厚收益的重要途径。

今年以来，多家理财子公司已把新股网下申购定为常规投资策略。以信银理财为例，年内已累计参与了华润新能源、中科仪等82个境内IPO首次公开发行股票项目，覆盖沪深主板、科创板、创业板、北京证券交易所等全市场板块；同期新建打新资管计划131个，累计获配金额超2.5亿元。

南开大学金融学教授田利辉分析，理财资金加速参与打新，是低利率环境下“资产荒”与政策红利共同作用的结果。传统固收收益持续下降倒逼机构调整投资策略，监管部门将银行理财产品纳入网下打新A类配售对象，释放制度红利，而长鑫科技这类战略资产的稀缺性进一步形成“磁吸效应”。这既是金融机构突破收益瓶颈、响应政策导向的必然选择，也是资本追逐

科技创新成长溢价的市场体现。

苏商银行特约研究员薛洪言表示，打新为银行理财子公司开辟了低风险布局权益的渠道，缓解了投资者低风险偏好与权益资产高波动之间的矛盾。依托一、二级市场价差，机构不必立刻搭建完善的个股研究体系，就能获取权益收益弹性。“固收打底、打新增厚”的模式，有助于控制产品回撤，帮助银行理财子公司逐步积累权益投资实力、完善含权产品矩阵，引导投资者适应净值波动，为进一步增强权益创造条件。

田利辉认为，理财资金集中参与打新，折射出行业三重转型：资产配置由单一固收向多策略均衡转变；行业竞争摆脱同质化，迈向投研能力分层比拼阶段；头部机构借助打新搭建权益投研壁垒，中小机构走差异化路线，净值化转型下全新行业竞争格局逐步形成。

市场不宜把打新等同于无风险套利。对此，田利辉提示三重风险：底仓波动容易被忽视，市场调整产生的亏损可能吞噬打新收益；限售股解禁面临流动性与估值压力，浮盈存在回吐可能；参与机构不断增多，中签率走低，收益持续摊薄。

薛洪言表示，银行理财子公司还面临投研能力短板带来的隐性风险。多数机构长期深耕固收，对硬科技IPO标的定价能力不足，注册制下新股行情分化，破发风险有所上升。加之理财客户难以承受净值回撤，阶段性浮亏容易引发赎回负反馈，进一步放大产品波动。 彭 妍

昆山农商银行：金融“活水”助力成长型科创小微企业发展

日前，昆山农商银行聚焦新能源产业链成长型科创小微企业，为昆山重点引进的某新能源检测企业落地1000万元综合授信，以3天极速审批、上门专属服务、破授信企业扩产融资瓶颈。

该企业为昆山重点招商引资项目，深耕动力电池性能检测领域，下游直供行业龙头，是区域新能源产业链关键配套主体。当前，企业同步推进产能扩建，原料采购与技术迭代，生产线搭建与原料投入占用大量流动资金，叠加科创企业轻资产、缺传统抵押质押、订单足但营收未完全释放等痛点，大额原料采购资金缺口制约产能释放与订单交付。

获知诉求后，昆山农商银行第一时间组建科创专属服务专班，总行业务部门联合属地支行主动上门，深入车间与实验室实地调研；专人协助整理专利、购销合同等材料，讲解“昆科贷”“绿色贷”贴息及利率

优惠，精准匹配资金缺口与经营规划。该行打破“重抵押、轻科创”惯性，以科技金融为核心，配套绿色金融政策，依托数字风控智能申报，开通绿色审批通道，调查、审批、放款多岗并行，3天内完成尽调、方案尽调、审批到放款全流程，快速投放1000万元流贷，足额覆盖原材料采购与研发投入。

业务配备专属客户经理全程跟踪，减少企业往返成本。企业负责人表示，扩产正卡在原料采购环节，千万元授信到位后企业得以全速投产，保障下游交付。放款后，该行建立常态化回访机制，跟进资金使用与订单履约，并配套对公线上结算、票据、员工代发等综合服务，提前对接后续扩产与设备更新资金计划。

该企业经营电池检测装备，属新能源绿色配套产业，项目扩产将持续赋能清洁能源发展与动力电池技术迭代，契合绿色低碳转型方向。 吴佳丽

张家港边检站：架起船员家属探亲“连心桥”

“昨天办证时才发现身份证过期了，多亏移民管理警察特事特办、帮我和及时解决不了难题。”7月28日，在张家港码头巡查的民警面前，刚刚登轮的汪女士连连感谢。这个暑假，她专程带着孩子从老家赶来，探望半年未见的丈夫——巴拿马籍“满胜”轮上的一名船员。

随着暑期到来，张家港出入境边防检查站辖区迎来国际航行船舶船员家属登轮探亲高峰。像汪女士这样拖着满满家乡特产的行囊，满怀期待奔向丈夫所在船舶的身影，成为港口一道温暖的风景。“孩子放假了，想来看看爸爸工作的地方，一家人团团圆圆，心里也踏实。”汪女士朴实的话语，道出了许多船员家属的心声。

亲情无距，服务有情。为保障船员家属登轮探亲顺畅便捷，张家港边检站提前谋划、科学研判，打出“温情保障组合拳”。一方面，主动对接代理公司，精准掌握家属

探亲需求，提前告知证件办理事宜，避免因材料问题影响行程；另一方面，民警在巡查时，有针对性地对加强对接船员家属在轮期间

的关注，确保探亲全程安全有序。“我们多跑一步，群众就少一等。”该站执勤民警侯庆华表示。一系列务实举措，将原本烦琐的登轮流程压缩，有效提升了通关效率，跑出了“团圆”加速度。”据统计，暑假至今，张家港口岸已有44名船员家属成功办理登轮探亲手续，民警持续跟进保障，赢得船员和家属一致好评。

小事件连着大民心，细节处彰显为民情怀。张家港边检站相关负责人表示，下一步将持续加强暑期探亲需求动态，不断优化便利服务举措，以专业、高效、人性化的边检保障，全力助航船员家庭团聚，用实际行动在国门一线架起警民“暖心桥”，让边检服务既有法度，更有温度。 赵国政

有人“闪耀”有人退场 电影暑期档激战正酣

上周末，《三国第一部：争洛阳》《群星闪耀时》两部电影接连宣布撤档。作为参照，《八仙！》《功夫女足》票房还在持续攀升，占据大量黄金场次排片。好莱坞超级英雄大片《蜘蛛侠：崭新之日》即将加入暑期档电影鏖战，《年会不能停2！》也宣布提档至8月1日公映。

中国电影评论学会产业评论专委会副主任、聚影汇创始人朱玉卿表示，影片撤档对其他影片定档的影响有限，目前来看，《蜘蛛侠：崭新之日》能够承接并延续《八仙！》《功夫女足》的热度，后续还有《年会不能停2！》《奥德赛》等影片，今年暑期档即将进入票房高峰期，有望成为近三年暑期档票房表现最好的一年。

两部电影接连撤档

7月26日深夜，电影《群星闪耀时》片方发文宣布撤档：经过团队的慎重考虑，我们决定调整《群星闪耀时》的上映计划。

《群星闪耀时》由章笛沙执导，黄渤、吴磊、高叶等主演，影片原定8月1日公映，后提档至7月25日公映。该片在周末上映两天，票房超过5000万元，豆瓣评分为7.3分。

而在7月25日晚间，电影《三国第一部：争洛阳》也发布撤档公告称，此时的市场环境，已经远远不足以让想看这部作品的观众从容地走进影院。为不负千人团队3年的倾力创作，为了让更多想看《三国第一部：争洛阳》的观众能够有机会看到电影，我们慎重决定暂时结束本轮公映，另择档期与大家相见。

《三国第一部：争洛阳》于7月10日上映，豆瓣评分从8.0分涨至8.1分，只是该

电影“叫好不叫座”，票房与《八仙！》有较大差距。为了带动更多观众走进电影院，7月17日，《三国第一部：争洛阳》官宣：不好看可以找片方退票。只是该策略并未奏效，截至7月28日13时，《三国第一部：争洛阳》票房为8690万元。

观众小康对此表示：“《三国第一部：争洛阳》的排片时段和周末场次极少，观众想看都很难买到合适的场次。”最终，小康买到了7月26日上午9点半的电影票，得以观看了这部影片。

对于两部电影撤档，外界认为主要是暑期档的竞争过于激烈。朱玉卿则表示，《八仙！》上映时也正值《功夫女足》热度最高的时候，但电影深受观众喜欢，如今单日票房已经超过了后者。“一部电影的关键还是能否赢得观众的认可，还是要内容为王，打铁还需自身硬。”

事实上，电影撤档在当下已并不罕见，但撤档后能实现“逆风翻盘”则属于小概率事件。纵观近年案例，除韩延执导的《我们一起摇太阳》在重映后实现票房逆势增长外，多数影片重映后仍难改颓势。例如，《红毯先生》在春节档撤档后重新上映，重映后累计票房不及千万级；而《出入平安》在2024年国庆档上映4天后便宣布撤档，其第二轮票房表现几乎可以忽略不计。

朱玉卿认为，《三国第一部：争洛阳》与《群星闪耀时》两部电影的片方对观众的预判出现了偏差。他分析，由追光动画出品的《长安三万里》曾赢得学生群体的热烈欢迎，学生们去影院看电影、背唐诗，形成了非常好的观影氛围，但是《三国第一部：争洛阳》学生群体看不明白，

三国迷们又不买账，导致影片观影群体有限。

“《群星闪耀时》这类科幻类电影，需要大量的口碑引导工作，需要对影片进行充分阐释，如果这个工作没有做好就突然上映，观众肯定难以接受，这容易使得该电影陷入困境，这与影片自身和宣发策略有很大的关系。”朱玉卿进一步指出。

暑期档“大乱斗”

事实上，今年的暑期档颇为混乱，空降、撤档、提档交织。

除了上述两部电影上映后撤档，此前还有战争大片《澎湖海战》、温情宠物题材《心犬相随》、现实喜剧片《开个玩笑》、国漫《大圣崛起》均提前多日官宣延期，主动避开暑期档激烈竞争。

当有影片撤档时，也有诸多电影在提档。《八仙！》则是从7月24日提档至7月18日上映，彼时时间为动画电影的《三国第一部：争洛阳》已经上映，但是票房不及预期。

《八仙！》提档之后，7月26日，由董润年执导的电影《年会不能停2！》也宣布提档至8月1日公映。前作《年会不能停！》在2025年末上映，并获得了12.92亿元的票房成绩。

此外，由克里斯托弗·诺兰执导的年度史诗大片《奥德赛》官宣内地超前点映计划，影片将于本周末（8月1日至8月2日）在北上广深等四座城市指定影院开启IMAX与CINITY独家限时超前放映。目前，北京诸多观影团已经开启《奥德赛》的报名通道，组织观众以更优惠的票价去“尝鲜”。 华 霞