

## 业界热议春节档的辉煌与挑战： 为中国电影高质量发展铺陈新起点

■文/本报记者 姬政鹏

2月17日,中国艺术研究院影视所主办“精神内核、叙事体系与影院性建构——从2025年春节档看中国电影的未来发展”研讨会。中国艺术研究院党委书记王洪俊、文旅部产业发展司副司长马力、中国艺术研究院副院长喻静、文旅部产业发展司产业促进处处长刘杰以及中国文艺评论家协会副主席王一川,中国电影评论学会常务副会长张卫,北京电影学院研究生院院长王海洲,中国艺术研究院影视所副所长孙承健,保利影业投资有限公司总经理李挺伟,《电影艺术》杂志主编谭政,中国电影艺术研究中心电影文化研究部主任左衡,中国电影评论学会秘书长胡建礼,华夏电影发行有限公司发行部副经理包倩,中国艺术研究院影视所高级编辑支菲娜,研究员储双月,副研究员王乙涵、赵远,助理研究员董克非等参加,中国艺术研究院影视所所长赵卫防主持研讨。

与会嘉宾就春节档电影市场所体现出的种种现象展开讨论,大家认为,春节档电影市场的火爆提升了电影界的士气,同时也增强了行业内外对新的一年中国电影的信心。其中,《哪吒之魔童闹海》票房成绩亮眼,引发了全国城乡的观影热潮,成为中国电影的新高峰,登上了全球电影单一市场票房榜首,其衍生产品开发还在春节期间获得了成功,引领动漫周边产品的国新潮流。大家也提到,影视旅游在今年春节成为新风尚,吸引了众多游客“打卡”,充分展现了电影的经济带动作用。



### 春节档的成功 是文化强国建设的重要里程碑

2025年春节档以总票房95.1亿元收官,打破了总票房、总观影人次、日均票房等多项历史纪录。看电影成为一种新年俗,多部电影的取景地迎来众多观众“打卡”。电影市场的火爆让这个春节线上、线下都呈现出勃勃生机。

“2025年春节档上映的六部影片在票房成绩及制作水准方面均展现出卓越的成就,不仅在国内市场取得了巨大成功,也在国际舞台上为中国电影赢得了更多关注和赞誉。”王洪俊表示,这个春节档体现出电影作为文化的重要载体,其影响力已经远远超出了娱乐范畴,成为展现国家文化软实力和提升国际形象的重要途径。

影院之外,春节档电影也带火了影片拍摄地、取景地甚至故事发生地,各地牢牢抓住这一契机,不断丰富旅游产品供给,推动电影和地方文旅的深度融合,进而拉动地方经济发展。马力在发言中围绕今年春节档电影对文旅融合和文旅消费进行了分享。他表示,“跟着影视去旅行”成为今年春节的新风尚,“比如山东德州乐陵的影视城开展了春节贺岁游的活动,因为《唐探1900》在这里拍的,电影的拍摄场地唐人街主题园区吸引了数万游客打卡。《射雕英雄传:侠之大者》吸引了大批游客前往拍摄地内蒙古锡林郭勒的观光,同时也带火了湖北襄阳的文旅,重燃了武侠的热情。应该说,‘跟着影视去旅行’是今年春节的生动体现。”

在春节档的各部影片中,《哪吒之魔童闹海》一骑绝尘。档期内,该片以48.39亿元的档期票房成绩和50.8%的票房占比断层领先,强势成为春节档票房冠军,此后相继登顶中国电影市场票房榜、全球单一电影市场票房榜,目前影片票房已经超过120亿元。

“《哪吒之魔童闹海》生动展现了马克思主义与中华优秀传统文化相结合的路径,也是当前时代的一种恰当表达。”喻静表示,影片中的哪吒形象既有传统的神话色彩,又融入了现代社会的价值观,这种创新性的结合,不仅让观众在观影过程中感受到传统文化的魅力,同时也引发了对于时代精神的深刻思考。

### 文学名著 成春节档影片票房的重要保障

在春节档的六部影片中,《哪吒之魔童闹海》《封神第二部:战火西岐》《射雕英雄传:侠之大者》三部改编自中华优秀传统文化的经典故事。

研讨中,王一川表示,三部改编影片的票房总和为64.29亿元,在春节档总票房中所占比例超过了三分之二,文学名著已成为今年春节档影片票房的关键和重大保障。他将春节档影片与中华优秀传统文化的结合总结为“化虚为实”“变约为丰”“古今互通”“以喜辅正”“拉动文旅”五个关键词。他拿“以喜辅正”举例:“就是以喜剧性辅助正剧,寻找和激活过去生活中的喜剧性的元素,给当代观众带来轻松和愉快的观影体验。在这一点上,《哪吒之魔童闹海》做得相当出色,它做到了在喜剧中品尝正剧的内涵,用喜剧开道,用悲剧激发情感,最后在正剧中树立主角的正义品格,得到了观众的认可与肯定。”

张卫认为,今年春节档电影对传统经典进行了核心精神的传承和现代化的创新改造,既尊重传统又大胆创新,表现出取其精华去其糟粕的态度。例如《哪吒之魔童闹海》延续了“我命由我不由天”的精神,不仅显现出个体的主体性,面对等级秩序表达出绝不妥协的叛逆,也折射出了现代市场经济和公平竞争格局中的个体发展精神。

左衡将《哪吒之魔童闹海》比作“鸳鸯火锅”,在他看来,片中无论是造型、打斗场景还是整个故事,都是一部多类型各元素的杂糅。“观众可能会发现其中有些并不那么原创,而是各种材料都放到了一口沸腾的、调制好底料的锅里,有一种滚烫的、热辣的感觉。”他说,“这顿鸳鸯火锅里有非常典雅的艺术元素,同时又有通俗和世俗的那种快乐、有悲有喜,诸多元素共同构成了这部非常二元的影片,让大家吃得非常爽。”

在王海洲眼中,今年春节档作品的成功是文化强国建设的重要里程碑,春节档的票房成绩和观众口碑也体现了文化强国建设的突破性意义。他表示:“在当下,面对西方世界的舆论霸权、软实力霸权和话语霸权,文化强国建设是中国电影面对的重要课题。在这种大背景下,《哪吒之魔童闹海》等影片的出现,不仅带动了国内消费,也形成了对周边亚

洲国家和西方世界华人华侨的凝聚力,甚至吸引了诸多国外观众,这是中国在全球范围内文化软实力的重要体现。”

### 春节档的辉煌 “既是里程碑,也是新起点”

火热的春节档也让行业内外对中国电影的发展充满信心。谭政表示,中国电影在春节档电影中展现了丰富的文化资源和自信的文化表达,各部影片中,年轻电影人的创新叙事能力和中国电影持续拓展的叙事领域也让业界印象深刻。“春节档体现出了中国电影人的创造力和创新性以及制作技术的成熟,如特效公司主创主控、动画制作力量的成熟以及外景搭建等,都体现了中国电影市场的巨大潜力。”

“2025春节档不仅是中国电影市场复苏的标志,也折射出中国电影工业在内容创作、技术迭代、文化表达和商业模式上的系统性升级。从IP续作的生根到特效技术的突破,从传统文化的创造性转化到观众需求的精准触达,中国电影正以更成熟的姿态走向全球舞台。”胡建礼表示,“IP加持创新,特效技术升级与文化表达深度在电影市场上形成了合力,造就了‘史上最强春节档’,未来中国电影若能在内容和技术创新上持续突破,从电影大国迈向电影强国的步伐将难以阻挡,春节档的辉煌既是里程碑,也是新起点。”

今年春节档,华夏电影参与投资了《熊出没·重启未来》《封神第二部:战火西岐》和《蛟龙行动》,并联合发行了《封神第二部:战火西岐》和《蛟龙行动》。包倩表示,春节档为行业带来希望,提振了信心,为全年票房超过去年打下坚实基础,而春节档合家欢电影的胜出,也为家庭观影提供了经验。然而,春节档票房集中度过高,档期票房增长低于人次增长等趋势,也反映出电影市场存在些许平衡问题。她说:“中国电影想要更好地走下去,需要在内容供给上更加丰富,进一步推动多元化发展。”

截至目前,2025年保利影业投资有限公司共参与了19部电影。李挺伟提炼了电影创新的核心法则:用技术改造视觉器官,用情感打通圈层壁垒,用价值构建文化自信。“中国电影正在完成规模扩张到质量跃升的关键跨越,也在书写从工业化升级到文化价值输出的新篇章。”他表示,“从春节档来看,中国电影市场头部非常有力,腰部也足够坚挺,还有不错的长尾效应和版权衍生能力,这是一个健康的结构,我们希望在《哪吒之魔童闹海》的头部基础上,有更多更好的腰部电影,也希望能有更好的长尾效应和电影经济辐射能力。”

春节档期间,1.87亿人次走进影院观影,这一数字令行业振奋。支菲娜表示,今年春节档能够看到很多一两年不进电影院的人走进了电影院,而且是拖家带口地去“二刷”“三刷”,而且也有不少年轻观众回到影院,这对整个电影行业来讲都是一个很好的事情,至少让更多观众知道电影是这样的,电影的特性是短视频或微短剧所不能替代的,“今年春节档让我们看到了中国观众对电影的热爱,作为从业者,我们要怎样把观众的观影习惯延续下去,这是整个行业需要思考的课题。”

## 《哪吒之魔童闹海》江苏票房超10亿元 苏州、南京、无锡均突破亿元大关

本报讯 据江苏省电影局初步统计,截至2月16日上午9时,《哪吒2》江苏票房达10.00亿元,观影人次2040.91万人,位列全国第二。其中,江苏的苏州、南京、无锡三个城市对《哪吒2》票房的贡献均突破亿元大关。从猫眼专业版数据来看,截至2月16日13:30,苏州、南京、无锡票房分别为1.80亿元、1.41亿元、1.00亿元。

回顾2025春节档,江苏以10.01亿元票房、1919.51万观影人次的成绩,领跑全国,刷新江苏省春节档票房纪录(2021年春节档8.7亿元),成为春节档票房突破10亿元的第一个省份。无论是“史上最强春节档”,还是共同缔造国产电影“神话”,江苏均以超10亿票房、2000多万观影人次为之托举,贡献江苏力量。

这背后有硬实力支撑,也有软实力支持。近年来,江苏一直蝉联春节档票房第一,2021年8.70亿元,2022年7.16亿元,

2023年7.18亿元,2024年7.89亿元,再到这次的10.01亿元,江苏“票仓”的地位愈发稳固。

《哪吒2》幕后制作也有很多来自苏州、南京、南通、常州、无锡等地的江苏企业参与其中。比如苏州红鲸影视几乎参与了《哪吒2》从剧本阶段开始的全流程制作。江苏原力完成了震撼的海妖锁链、巨大的虚空裂口等影片中那些让人惊叹的动画镜头。

而江苏自古人杰地灵,文脉悠远,深厚的文化水土让江苏的观众更有文化气质。江苏南京小说家许琳的《封神演义》中的哪吒形象,深入人心,江苏与“哪吒”这份渊源,这份文化认同,也成为江苏影迷力挺佳作的的原因之一。

江苏《哪吒2》电影票房破10亿元,可以看作是电影市场持续向好的信号,庞大的内需市场和巨大的消费潜力有待进一步发掘。(宋经纬)

## “光影惠州 惠聚美好” 电影消费系列专场公益活动举行 200名春节在岗人员受邀进影院免费看《哪吒2》



本报讯 为更好满足人民群众日益增长的精神文化需求和美好生活需要,按照广东省电影局有关要求,今年1-2月,惠州市委宣传部在全市开展了“光影惠州 惠聚美好”电影消费系列活动,主题包括“过年请您看电影”“跟着电影品美食”“跟着电影去旅游”和农村电影公益放映“特色展映”活动等,同时,还结合广东省电影局相关活动发放黄金白银的电影消费券,多措并举推动全市电影市场繁荣。

为回馈高层次人才及春节期间在惠在岗工作人员的无私奉献,系列活动之“过年请您看电影”“跟着电影品美食”专场公益活动近日在惠州吉之岛完美世界影城举行,约200名高层次人才、公安干警、志愿者、环卫工人等受邀观看了热映电影《哪吒之魔童闹海》,给广大值班人员带来了浓浓的暖意。

春节假期本是休闲团聚之时,就在千家万户共聚天伦或走进影院畅享光影之乐时,还有一些人却因为工作关系而不能如愿。比如公安干警、环卫工人、医护人员、志愿者、科研工作者等,都放弃了节日团圆和休闲的机会,坚守在自己的一线岗位上履职尽责。

“小家要守护,大家也要守护。对他们(她)们来说,春节上班是职责使命所在,是对整个城市的守护和陪伴。”惠州市委宣传部有关负责人表示,此次组织“过年请您看电影”“跟着电影品美食”专场公益活动,正是为了回馈高层次人才及春节期间在惠在岗工作人员的无私奉献。

这个假期,作为全国文明城市、全国卫生城市、著名旅游城市的惠州,不仅让众多市民选择留惠过年,也吸引了海量的中外游客。十多天来,惠州西湖、水东街、红花湖等热门景区无不是人头攒动,游人如织。而在这繁华、平安、祥和节日的背后,离不开广大公安干警、环卫工人、志愿者们辛勤付出。

“春节守护平安惠州,是我们的职责,也是必须打赢的硬仗。”今年春节期间,惠州市公安局特警支队民警钱瀚斌和战友们一直坚守工作岗位,在全市繁华商圈、旅游景区、交通枢纽、网红打卡地等重点部位和人员密集场所不间断地巡逻防控,确保人民群众欢乐平安过节。他表示,非常感谢市委宣传部精心组织的这次公益观影活动,让人倍感温暖,新的一年,他将和同事们继续保持冲劲,切实增强责任感使命感紧迫感,以高水平安全为惠州高质量发展保驾护航。

由广东省电影局主办的“影惠万家,

‘粤’享精彩”电影惠民消费活动,从1月19日至8月31日分三个阶段发放,共计3800万元电影消费券,不仅活动持续时间长,覆盖档期多,而且使用范围广,涵盖广东全省所有影院、所有影片场次。其中,春节档优惠券从1月19日至2月28日派发,提供“购票立减”和“电影代金券”两种优惠形式,广东观众购票时最高可享单笔消费20元的优惠。活动期间,观众可登录淘票票活动专题页,领取购票立减10元优惠及10至20元的电影代金券。电影消费券的发放,对提升惠州市人民观影热情也“功不可没”。

网络平台数据显示,今年春节档(1月28日-2月4日),惠州春节档票房4954.19万元,同比增长21.8%,观影人次103.7万,均在全省位列第五。从正月初一到正月十五(1月29日至2月12日),惠州总票房达到8578.75万元,相比2024年同期的5176.64万元增长65.7%。

“其中一个关键,就是有两部头部影片的拉动。”完美世界影城华南区总经理黄文君表示,从传统春节档持续到元宵节,国内电影市场持续火爆,其中,《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》两部头部影片的拉动作用尤其明显。

电影的火爆也带动了周边消费。这个新春假期,惠州市推出“跟着电影品美食”主题活动。观众在购票观影的同时,还可以享受到影院精心准备的各种美食小吃,如爆米花、薯条、热狗、冰淇淋等,甚至还有个别影院与商家联合推出电影美食套餐,让观众在享受视听盛宴的同时,也能品味到舌尖上的美味。

此外,“光影惠州 惠聚美好”电影消费系列活动也为繁荣全市电影市场注入了重要活力。近年来,以《穿过月亮的旅行》《负负得正》《从21世纪安全撤离》等为代表的多部影片把惠州作为主要取景拍摄地,对推动惠州电影产业发展、城市形象宣传、拉动文旅消费起到了积极促进作用。惠州立足本地资源禀赋,对照有关影视剧在本市的取景拍摄点,推出了主题路线宣传推介,做大宣传引流和旅游打卡,进一步促进影视和旅游消费联动,更好地以文塑旅、以旅彰文。

此外,农村电影公益放映“特色展映”活动也火热开展。活动中,惠州各县(区)结合实际,选取工业园区、工厂等人群集中地放映国产新片(院线上映不超过两年),让广大人民群众观看新片、大片、好片。全市已举办近百场公益电影特色展映活动。

(中共惠州市委宣传部供稿)