

(上接第2版)

2024—2025年春节档单片票房则呈现出“超级头部+梯队发展”的新格局,内容创作的工业化、本土化、年轻化特征愈发突出,经典IP的创新演绎与传统文化的现代表达成为票房突破的核心密码。2024年春节档冠军《热辣滚烫》档期票房26.81亿,第二名《飞驰人生2》23.66亿,两部现实喜剧影片凭借接地气的内容与强烈的现实关怀

获得观众认可,档期内前四名影片票房均突破10亿,形成良性的梯队竞争;2025年春节档则迎来单片票房的又一次飞跃,《哪吒之魔童闹海》以48.42亿的档期票房刷新春节档单片纪录,较2021年的单片纪录增长36%,占据档期总票房的50.90%,成为首部档期票房突破40亿的春节档影片,该片将中华优秀传统文化与现代动画工

业完美结合,成为春节档内容创新的典范。而第二名《唐探1900》档期票房22.79亿,与冠军形成合理梯度,反映出市场既具备打造超级头部的能力,也能容纳多元化的内容供给。

从单片票房的发展来看,12年里春节档单片票房冠军的票房规模实现了7.63倍的增长,从6.35亿增至48.42亿,头部影片的票房天花板持续被打

破。同时,单片票房的分化也愈发明显,2014年档期第五名影片票房为3534.32万元,2025年则增至5.09亿,增长了13倍,反映出春节档整体票房的提升不仅依赖头部影片,更带动了档期内所有影片的票房增长。此外,影片类型也从早期的单一IP转化,发展为如今的科幻、主旋律、现实喜剧、动画、悬疑等多类型并存,《流浪地球》

系列、《熊出没》系列、《唐人街探案》系列等经典IP持续迭代,《红海行动》《满江红》《热辣滚烫》等原创影片不断涌现,内容品质成为单片票房的核心支撑,正如清华大学教授尹鸿所言,“春节档影片不是一味追求大IP、大投入,而是拼制作、拼创作、拼诚意,在内容品质上下功夫,这才是票房突破的关键”。

◎ 春节档成为产业引擎与行业标杆

真正改变了春节档的,还得是2013年。周星驰带来时隔五年的“出山之作”——《西游·降魔篇》。时隔多年再战西游题材,在《西游记》和周星驰双重IP的作用下,《西游·降魔篇》以5.3亿元票房在春节档夺冠,并将整个档期的总票房拔高至7.8亿元。其中,大年初五当天,影片单日票房破1.22亿元,成为历史上首部单日票房过亿的华语影片。

火爆的市场改变了春节档的定位,也带动了中国观众在春节期间的娱乐习惯。灯塔专业版数据显示,近几年,家庭观众占比持续提升,2025年春节档单均购票张数为2.08张,多人观影占比较上年增长达到24%。

春节档的地位变迁,不仅是电影市场档期布局的优化,更成为中国电影产业发展的核心引擎与行业标杆,其背后是政策引导、市场选择、产业升级的共同作用。

从产业发展来看,春节档成为中国电影产业全年发展的“定盘星”与“风向标”,其票房表现直接影响全年电影市场的发展态势,更成为检验电影制作、发行、放映全产业链能力的“试金石”。

数据显示,2024年春节档票房80.16亿,占当年全国电影票房的18.86%;2025年春节档票房95.14亿,创下单档期票房新高,为全年电影市场发展奠定坚实基础。

如今,口碑愈发决定春节档的市场走势,获得冠军的电影类型愈加丰富。例如,2018年,与春节氛围“格格不入”的动作题材影片《红海行动》,正是依靠过硬的口碑,在原本“默默无闻”、甚至一度排片垫底的情况下,随着口碑的不断发酵,在档期内收获12.06亿的票房,最终以36.5亿的总票房成功逆袭,超越了《唐人街探案2》《捉妖记2》《西游记之女儿国》等更有春节档“卖相”的影片成为当年的年度票房冠军。

2019年,逆袭奇迹同样在科幻电影《流浪地球》实现。《流浪地球》的品质,不仅实现了国产科幻电影的类型突破,有刘慈欣的科幻小说打底,也赋予了《流浪地球》更为本土化的叙事逻辑。

话题性也是当下中国电影想要获得良好反馈的重要途径和有效方法之一。2024年春节的《热辣滚烫》未映先火,不仅仅在于贾玲瘦了50公斤,一个人敢于

突破自我的精神更是打动了无数人。

2025年动画电影《哪吒之魔童闹海》拔得头筹,档期内以超48亿的票房斩获冠军,并创下多项记录,这也是动画电影首次获得春节档票房冠军。

中国电影评论学会会长饶曙光认为,春节档的持续火热,“一方面说明了中国电影的水平 and 质量的提升,另一方面说明中国电影产业的全产业链体系日趋完善,从内容创作到发行放映,从市场运营到消费培育,都形成了成熟的体系”。春节档的档期效应,推动了电影制作端的精品化创作,倒逼制作团队提升工业化水平与内容创新能力,以适应春节档的高要求、高期待;推动了发行端的精细化运营,从排片策略到营销推广,都更加贴合春节档的消费特点与观众需求;推动了放映端的基础设施建设,全国影院银幕数的快速增长、三四线城市影院网络的下沉,很大程度上源于春节档带来的市场需求与商业机遇。

从市场格局来看,春节档打破了中国电影市场的档期壁垒,推动了档期布局的多元化与合理化,成为中国电影市场从单一档期依赖到多档期协同发展

的重要推手。在春节档崛起之前,中国电影市场的票房主要依赖暑期档、国庆档两大档期,档期分布不均的问题较为突出,而春节档的强势崛起,形成了“春节档-暑期档-国庆档”三足鼎立的黄金档期格局,填补了年初的市场空白,实现了全年票房的均衡分布。同时,春节档的发展也带动了五一、端午、中秋、元旦等中小档期的发展,推动了中国电影市场的档期体系不断完善。

首都电影院经理于超认为,“春节档的成功,为中国电影市场的档期运营提供了范本,其在内容供给、市场培育、消费引导等方面的经验,正在被其他档期借鉴,推动了整个电影市场的成熟与发展。”

从行业生态来看,春节档成为中国电影行业公平竞争、有序发展的标杆,推动了行业生态的持续优化,让品质成为市场竞争的核心要素。近年来,春节档逐步打破了“档期红利”的固有认知,不再是所有影片都能分一杯羹,而是只有品质过硬、契合档期需求的影片才能脱颖而出。2024年春节档,多部影片因票房表现不佳宣布退出档期,反映出春

节档的市场竞争愈发理性,“二八效应”虽仍存在,但头部影片的成功均源于内容品质与观众认可。

清华大学教授尹鸿认为,“2024年春节档在没有超大投入、超级IP的头部电影情况下,前四部电影犬牙交错,以不同的定位偏向共同促成了市场繁荣,这反映出春节档的行业生态正在改善,公平竞争、品质取胜的理念已经深入人心。”同时,春节档也推动了电影行业的规范化发展,票房偷漏瞒报、影片偷录盗录等问题在近年来的春节档中明显减少,行业监管体系不断完善,为中国电影产业的高质量发展营造了良好的环境。

从产业辐射来看,春节档成为中国电影产业与其他文化产业融合发展的桥梁,推动了电影产业的跨界融合与产业链延伸,让电影产业的辐射力与影响力不断增强。春节档不仅是电影票房的竞技场,更是电影IP开发、衍生品运营、跨界合作的重要平台,《熊出没》系列的衍生品开发、《哪吒之魔童闹海》的跨界联动、《唐探》系列的文旅融合,都让春节档的产业价值超越了票房本身。

◎ “电影+”生态建构实现产业融合与经济赋能

随着春节档市场的持续成熟与电影产业的高质量发展,“电影+美食”“电影+旅游”“电影+文创”等跨界融合生态在春节档加速落地,电影不再是单一的文化产品,而是成为拉动消费、促进经济发展的核心IP,这一生态建构不仅丰富了春节档的产业价值,更成为提振文化消费、推动经济复苏的重要引擎。

“电影+”精准契合了国家“文化强国”“扩大内需”“产业升级”的三大战略诉求,成为连接文化与经济、激活传统产业、培育新增长点的核心枢纽。国家层面的政策引导、地方政府的实践探索、市场主体的创新活力,共同推动“电影+”成为高质量发展的重要赋能力量。

经济层面,“电影+”是拉动内需的新型增长引擎,以1:15.77的票房拉动系数,成为效率远超一般服务业的消费激活工具。

中宣部与文旅部联合开展的“跟着电影去旅游”活动,2025年带动全国重点影视取景地游客量同比增长6%,重点节假日增幅超30%。头部影视IP带动取景地搜索量平均增长380%,旅游订单增长40%,文创收入增长80%。地

方政府亦积极布局,青岛每年安排1000万元扶持电影创作,对IP文旅实景项目最高补贴800万元;乐陵投入2.3亿元打造影视主题园区,开通15条旅游专线,推动周边景区游客量增长75%。这些政策并非单纯资金扶持,而是搭建起“政策引导、市场运作、产业融合”的良性机制,让电影的文化感染力转化为经济穿透力,成为地方增长新支柱。

就春节档来说,“电影+”生态的落地,以政策引导为核心抓手,形成了国家层面统筹、地方政府联动、市场主体参与的全方位推进格局,为“电影+”生态的落地提供了坚实的政策支撑与市场保障。2024年7月,国家电影局、文化和旅游部联合启动“跟着电影去旅游”全国活动,拉开了电影与文旅融合的序幕;2025年1月,国家电影局、商务部联合启动“跟着电影品美食”全国活动,国家电影局、文化和旅游部启动2025年“跟着电影去旅游”活动,这些全国性活动的启动,为春节档“电影+”生态的落地奠定了政策基础。各地政府则结合本地实际,推出了一系列特色鲜明的“电影+”举措,形成了一地一策、

一影一品”的融合格局。“电影+旅游”成为近两年来春节档“电影+”生态建构的核心内容,以电影IP为核心,联动拍摄地、取景地、文化地,打造沉浸式、体验式的旅游产品,实现了电影与文旅的深度融合,成为春节旅游市场的新增长点。如《唐探1900》拍摄地山东德州乐陵影视城,在2025年春节档推出“跟唐探·贺岁游”活动,开放数百场次精彩活动,共带动乐陵影视城及周边景区、商圈接待游客近70万人次,旅游综合收入超9000万元;《哪吒之魔童闹海》赋予四川宜宾、天津等地的哪吒文化遗址新的时代内涵,让宜宾翠屏山哪吒行宫游客2025年全年同比增长207%;《封神第二部:战火西岐》让殷商文化突破学术圈层,使安阳殷墟景区2025年国庆中秋假期文创收入同比大增82.71%……“电影+”生态在春节档实现了全国性覆盖。同时,全国各大影视城也借春节档东风实现客流爆发。电影无疑成为春节旅游市场的核心引流载体。

“电影+美食”则成为近两年来春节档“电影+”生态建构的重要补充,以电

影IP为纽带,联动餐饮企业、非遗工坊、特色商圈,打造电影主题美食、非遗美食体验,实现了电影与餐饮的跨界融合,激活了春节餐饮消费的新活力。2025年春节档,“跟着电影品美食”活动在全国落地生根,各地餐饮企业纷纷推出电影主题套餐、非遗美食体验,与春节档影片形成深度联动;江苏省电影集团牵头达成《封神第二部:战火西岐》与“小厨娘淮扬菜”的联名合作,推出电影主题套餐;广州市文化馆开展“在广州跟着电影品美食”主题游园活动,融合非遗美食品尝、非遗技艺学习与公益电影播放。

除了“电影+旅游”“电影+美食”,“电影+文创”“电影+社交”等新业态也在近两年来的春节档加速落地,形成了多维度、全方位的“电影+”生态体系,让电影的产业价值得到全方位释放。2025年春节档,《哪吒之魔童闹海》在撬动154.46亿元票房的同时,衍生品销售额超30亿元。在“电影+社交”方面,各地商圈以影院为轴心,打造沉浸式的电影社交场景,例如,成都天府双塔推出《哪吒之魔童闹海》新春灯光秀。

春节档“电影+”生态的建构,不仅丰富了电影产业的盈利模式,更成为提振文化消费、促进经济发展的重要引擎,实现了从“单一票房经济”到“全产业链经济”的转变,彰显了电影产业的辐射力与带动力。“电影+”生态的建构也推动了乡村振兴、区域经济发展,山东德州、河南安阳、四川宜宾等三四线城市,借助春节档电影IP实现了旅游经济的爆发式增长,推动了当地的产业升级与经济发展。

更重要的是,春节档“电影+”生态的建构,推动了中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展,让电影成为传播中华优秀传统文化的核心载体,实现了文化价值与经济价值的双重统一。2024—2025年春节档的核心影片,如《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》,均从中华优秀传统文化中汲取灵感,以当代观念重新诠释传统故事,而“电影+旅游”“电影+美食”的融合,则让这些传统文化从银幕走向现实,从内容走向体验,让观众在旅游、美食中感受中华优秀传统文化的魅力。

2014年—2025年春节档放映信息(2017年以前不含服务费)

年份	日期	总票房(亿元)	人次(亿人)
2014	1月31日-2月6日	14.49	0.39
2015	2月18日-2月24日	18.10	0.46
2016	2月7日-2月13日	30.82	0.85
2017	1月27日-2月2日	34.19	0.94
2018	2月15日-2月21日	57.71	1.44
2019	2月4日-2月10日	59.03	1.32
2021	2月11日-2月17日	78.42	1.60
2022	1月31日-2月6日	60.39	1.14
2023	1月21日-1月27日	67.65	1.29
2024	2月10日-2月17日	80.16	1.63
2025	1月28日-2月4日	95.14	1.87

2014年—2025年春节档票房占比情况

年份	票房(亿元)	全年票房(亿元)	春节档占比
2014	14.49	296.39	4.89%
2015	18.10	440.69	4.11%
2016	30.82	492.83	6.25%
2017	34.19	558.83	6.12%
2018	57.71	607.08	9.51%
2019	59.03	641.51	9.20%
2021	78.42	470.34	16.67%
2022	60.39	299.39	20.17%
2023	67.65	549.20	12.32%
2024	80.16	425.02	18.86%
2025	95.14	518.31	18.36%