

# 今年春节档为何成“最强档”

编者按

国家电影局2月5日发布的数据显示,2025年春节档(1月28日至2月4日)电影票房为95.10亿元,观影人次为1.87亿,创造了新的春节档票房和观影人次纪录。此前,中国电影艺术研究中心进行的“中国电影观众满意度调查·2025年春节档调查”结果显示,春节档主要调查的六部影片都突破了82分。今年春节档取得如此亮眼的成绩,为2025年电影市场的稳定发展打下坚实的基础。那么,这个“最强春节档”给我国电影业带来了哪些启示?

## “质硬价优”才是票房“王道”

◎ 江德斌

又是一年春节档落幕。国家电影专资办全国电影票务综合信息管理系统的数据显示,今年春节档(1月28日至2月4日)上映的6部影片票房分别为:《哪吒之魔童闹海》48.39亿元;《唐探1900》22.78亿元;《封神第二部:战火西岐》9.97亿元;《射雕英雄传:侠之大者》5.91亿元;《熊出没·重启未来》5.08亿元;《蛟龙行动》2.74亿元。

在上述6部影片里,有5部都是续作,前作质量优、票房高,积攒了口碑、人气。而《射雕英雄传:侠之大者》则是武侠大IP,拥有大批粉丝,在长达半个多世纪的金庸小说影视化长廊里;《射雕英雄传:侠之大者》是最新一版的尝试,徐克导演借用现代技术手段,重新诠释了武侠世界的侠义精神。

今年春节档电影制作精良。如《封神第二部:战火西岐》借助先进技术,打造出峡谷伏击、仙侠神兽助阵等让人震撼的视觉效果;

《哪吒之魔童闹海》无论是角色、场景数量还是镜头的特效难度,都进行了全方位升级;《蛟龙行动》是国内首部聚焦深海潜艇作战的军事片,通过“龙鲸号”核潜艇这一大国重器的全景式呈现,构建了一个兼具科技感与真实感的近未来战场;《熊出没·重启未来》混搭科幻、冒险、喜剧等多类型元素,将低幼的叙事升级为带有思辨色彩的冒险故事,拓宽了低龄动画电影的叙事边界。更加可贵的是,今年春节档电影无论是传统神话、武侠故事还是军事题材,往往蕴含着民族精神,能唤起观众强烈的民族情感。

而且,今年春节档电影平均时长超137分钟,刷新历史春节档平均时长的最长纪录,但最低票价与去年春节档保持一致,可谓“加量不加价”。与此同时,相关部门和电影院线在今年春节档加大了优惠补贴力度,惠及观众,在预售期,部分影片的大年初一场次在多个城市还有19.9元的优惠预售票价。

由此可见,正是春节档电影“质硬价优”,给观众带来很大的期望值,所以愿意花钱去电影院观看,从而创造了新的春节档票房和观影人次纪录。这告诉国内的电影人,不是电影市场不行了,也不是观众远离电影院了,而是观众的审美水平更高,对电影品质、价格有了更高要求,如果从业者只为捞钱,创作的影片质量差,就难以获得观众的认可。

因此,广大电影人需要吸取经验教训,按照市场指引的方向,更加注重电影品质的提升,并制定合理的票价策略,创作出更多“质硬价优”的影片,以满足观众的需求,让观众获得良好的观影体验,从而在观影后给予好评,通过口碑传播吸引更多观众,形成良性循环,实现票房与口碑双赢。

## 春节档激起文化消费“一池春水”

◎ 王桂霞

2025年我国电影市场迎来“开门红”,极为亮眼的数据,有力地提振了行业信心,给今年的电影市场开了好局。

今年春节档影片题材多元、类型丰富,市场关注度高,不少热门场次“一票难求”,据报道,有的县城影院还推出无座票,观众坐板凳或台阶看电影,这充分表明文化消费领域需求旺盛,相关市场各方大有可为。

电影具备大众文化、公共文化的属性,是文化消费的风向标,电影跨领域消费的延展性很强,不仅表现在票房收入,还能辐射、带动众多领域的消费,诸如文旅、纪念品、游戏、餐饮、娱乐等,且具有较长的红利期。比如,电影《芙蓉镇》带火了湘西千年古镇,其取景地从王村镇直接改名为芙蓉镇,至今都是旅游胜地;《流浪地球2》上映半年后,拼装模型周边合计销售就超过30万套,成为火爆

的国内影视IP衍生品之一。

春节档电影市场的火爆态势,也是文化消费领域的一个缩影。随着经济社会发展,我国居民收入和生活水平大幅度提升,衣食住行等物质消费普遍得到满足,但精神消费存在供应不足、优质产品较少,与消费者的旺盛需求形成鲜明对比。而电影作为大众文化产品,对于满足大众的精神消费需求,塑造国家精神和文化形象,推动社会文明发展,具有很强的促进作用。

因此,电影市场的繁荣是文化消费崛起的象征,今年春节档票房创新高,证明文化消费需求旺盛,优质文化供给与大众精神需求的同频共振可以释放巨大能量,也为文化产业的发展提供了新的契机。近年来,演艺市场、文旅消费、传统文化等一再出现“爆款”,如《黑神话:悟空》、马面裙等深受消费者追捧,激发文化产品消费热情,撬动巨大的消费市场活力,就是最好的证明。

当前,我国文化消费具有巨大的发展潜力、广阔的市场空间,而大众的需求呈现多元化、品质化、创新性等趋势,亦对文化产业提出了更高要求。如何创作出更多优秀、有深度的文化产品,如何提供个性化、差异化的文化服务,成为文化产业必须面对和解决的问题。

随着生活水平的提高和审美观念的变化,人们对精神文化生活的需求也在不断变化和升级。因此,文化从业者不能沉溺于旧日辉煌,需要不断创新突破,勇于尝试新的题材、新的表现手法和新的商业模式,持续推出新的文化产品和服务,让文化消费的这池“春水”持续荡漾,以满足群众日益增长的精神文化需求,推动文化产业持续繁荣发展。

## “最强春节档”是文化自信的见证

◎ 刘少华

在“看电影”变成新年俗的背景下,春节档实现新突破并不意外。在春节这个阖家团圆、欢乐喜庆的特殊节日,走进电影院观影,成为许多家庭共度佳节的新选择。一家人围坐在一起,共享一场视听盛宴,既能增进亲情交流,又能在欢声笑语或感动泪水中感受节日氛围。这种文化娱乐方式,既满足了人们对精神文化生活的追求,也为春节增添了别样的乐趣。

有需求更要有供给。从供给侧来看,今年春节档上映的影片类型丰富多样,涵盖了动画、喜剧、历史奇幻等多种题材。《哪吒之魔童闹海》延续了前作的精彩,凭借精美的画面、动人的故事和深刻的主题,吸引了众多观众走进影院;《唐探1900》以独特的“喜剧+悬疑”风格,为观众带来烧脑与欢乐并存的观影体验;《封神第二部:战火西岐》则凭借宏大的叙事、精良的制作,展现了中国古

代神话的魅力。这些影片在剧本创作、拍摄制作等方面都投入了大量资金和心血,力求为观众带来高品质的视听享受,最终赢得了观众的认可和喜爱。

近年来,随着国家对于文化产业的高度重视与大力扶持,我国电影市场迎来前所未有的发展机遇。从2023年春节档总票房67亿元,到2024年春节档总票房80亿元,再到今年春节档总票房近百亿元,电影春节档票房的节节攀高,不仅是中国电影市场繁荣发展的缩影,更是民族文化自信与市场活力相互作用、共同提升的结果。一方面,优秀国产影片层出不穷,满足了观众日益增长的文化需求;另一方面,电影市场的不断完善与规范化,也为产业的持续健康发展提供了有力保障。

春节档票房的爆发式增长,折射出中国电影工业体系的成熟。从剧本创作到特效制

作,从演员表演到市场营销,中国电影人已经摸索出一条独具特色的发展道路。这些成绩的取得,离不开中国电影人的匠心独运。他们既深谙传统文化的精髓,又善于运用现代电影语言,在传承与创新中找到了平衡点。

今年春节档票房的开门红,是中国电影发展的一个缩影,也是文化自信的一个注脚。但我们要清醒地认识到,票房数字只是表象,真正的成功在于创作出更多打动人心、具有时代感、体现中国精神的作品,在于让中国电影成为世界了解中国的重要窗口。如何在保持市场繁荣的同时,进一步提升影片的质量与内涵;如何在全球化的大背景下,推动中国电影更好地走向世界讲述中国故事;如何在激烈的市场竞争中,保持创新与活力……这些都是电影人需要深入思考与解决的问题。

未来,期待更多优质国产影片走向世界,用光影艺术讲述中国故事,传递中国声音。

## “哪吒”爆火给电影人带来的启示

◎ 苑广阔

《哪吒之魔童闹海》以48.39亿元的票房成绩,荣膺今年春节档的票房冠军,春节假期后,它的票房还在不断攀升,勇夺中国影史票房冠军。和不断攀升的票房数字相比,更加值得关注的则是它的高口碑。可以说,《哪吒之魔童闹海》完全实现口碑和票房的双丰收。

在竞争激烈的春节档电影市场,《哪吒之魔童闹海》为何能一骑绝尘?它的成功,首先得益于主创团队秉持精品意识,打造“精品工程”。其编剧和导演饺子在接受媒体采访时多次表示,他们把《哪吒之魔童闹海》当作最后一部电影来拍,在剧本打磨、特效制作、细节完成上都精益求精,从当年同样获得成功的《哪吒之魔童降世》到现在上映的

《哪吒之魔童闹海》,整整用了5年时间。相反,近年来,一些电影的创作方抱着“挣快钱”“赌一把”的心理粗制滥造,电影上映后招致观众一致吐槽。有多少付出,就有多少收获,这句话对电影创作同样适用。

《哪吒之魔童闹海》取得成功的另一个重要因素,就是对中华优秀传统文化的深入发掘和现代化演绎。哪吒作为神话传说中的人物,在电影《哪吒之魔童降世》《哪吒之魔童闹海》之前,早就通过小说、戏曲、影视作品得到广泛传播,在国内拥有广泛的群众基础。这就在无形之中拉近了观众与《哪吒之魔童降世》《哪吒之魔童闹海》的距离。而且,这两部“哪吒”电影既根植于传统

文化,又充满现代精神。比如《哪吒之魔童闹海》整部影片虽然聚焦于“闹海”这一经典情节,但其中的哪吒不再是单纯反抗父权的叛逆者,而是试图打破偏见、活出自我的觉醒者。这种对经典IP的创新,既保留了传统文化的辨识度,也贴合了当下年轻人的价值观,让现代观众感到亲近。

近年来,在口碑和票房上取得成功的国产电影,往往都具备打造“精品工程”、既根植于传统文化又充满现代精神等特质。这对于中国电影来说,无疑是一个很好的启示,希望国产电影从业者认真总结、借鉴成功案例的经验,创作出更多得到观众和市场认可的好电影。

## 以务实作风践行为民使命

◎ 任航宇

“国以民为本,社稷亦为民而立。”中华民族的民本思想源远流长。在今天,习近平总书记秉持人民情怀,多次以“空谈误国,实干兴邦”激励全党全国为14亿多中国人民创造更加美好的生活。为民造福,根植于历史,立足于当代,更面向未来。

用踏实的态度倾听民声。“如屋漏者在宇下,知政失者在草野。”人民群众的呼声是各级干部的行动指南,要听有所思、听有所动。一方面,要避免“一听了之”。对于线下走基层、访民情,不能以走几次、走几户为目标,不能只图拍拍照片、做做笔记。要把听民声作为工作方式,而不是工作目的,对收集到的群众呼声进行分类研判、责任锁定,该解答政策的,要做好宣传引导,该解决问题的,要提出工作方案。另一方面,要做到“举一反三”。对于群众在来信信箱、网络平台、热线电话等渠道反映的情况,既要核清事实,也要分析本质,不能简单地分派任务,止步于解决这一件事,应当立足于全局,解决好这一类事。举一反三,才能做好长久之功。

用坚实的脚步走进民心。各级干部应迈开步伐,常下基层,走进民心。一身土、两脚泥,步履要常接地气。尤其是县级以上干部,工作场所不在最基层,服务不直接面对群众,应当时常主动深入一线,深入群众身边,访一访各项政策是否符合

基层群众的生产生活实际,看一看各项举措是否真正惠及群众。说乡音、讲土话,沟通要说实在话。一些干部只习惯在主席台上口若悬河,一些年轻干部当得了“高材生”,当不了“田秀才”,这些都是工作不够扎实的表现。要走进群众心里,关键是要说“实话”,与群众拉家常就要知人间烟火,不妨实打实了解当地风俗民情,实打实融入当地生活,与群众打成一片。心连心是走进“民心”的前提。

用扎实的行动纾解民忧。民生“小事”就是政绩“大事”,纾解民忧须有力度。群众吃得好不好、穿得暖不暖、住得安不安全、行得方不方便等等,直接关系到他们的获得感、幸福感,各级干部既要把国家的优惠政策实实在在地落到实处,又要因地制宜地研究细化本地的具体举措,“勿以事小而不为”,下足力气交出解民忧的高分答卷。民生事关干群关系,纾解民忧须有温度。当前,人民群众对基本公共服务的需求日益多样化,这考验着各级干部的用心程度、为民服务的温度。各级干部在解决群众教育、医疗、养老等方面的需求和困难时,要做到换位思考、将心比心,将自己置身于群众的生活中去体会感受,把群众当亲人,有耐心、有爱心才能有实效。(作者单位:四川省剑阁县司法局东宝镇司法所)

## “分类分层审核”让微短剧发展更合规

◎ 余明辉

2月5日,国家广播电视总局发布《关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》(以下简称《通知》),明确提出要落实“分类分层审核”制度,为微短剧的合规健康前行指明了方向。

微短剧的优势在于“微”与“短”,它们通常时长较短,几分钟甚至几十秒就能讲述一个完整故事或传达一个明确信息,极大地适应了现代人快节奏的生活方式和移动化的观看习惯。同时,微短剧的制作成本相对较低,门槛不高,使得更多创作者有机会进入该领域,为网络视听市场带来更多活力和创新。

然而,由于监管滞后和审核不严等原因,一些微短剧内容低俗、粗制滥造,甚至存在违法违规现象,不仅损害观众的利益,也破坏网络视听市场的秩序和生态。一些不良信息也借着微短剧传播,对社会造成负面影响。

此次《通知》的出台,正是针对微短剧行业存在的问题提出针对性措施。通过分类分层审核,将微短剧按照不同类型和层级进行审核管理。对于“重点微短剧”和“普通微短剧”,《通知》要求报省以上广电主管部门备案和审查,其中“重点微短

剧”更是由国家广电总局统一备案公示;同时,对于总投资不足30万元且非重点推荐的“其他微短剧”,则由网络视听平台负责审核并定期备案;此外,拟在首页首屏首推的微短剧需由国家广电总局复核,特殊题材微短剧按协议审核。

如此分类分层审核,既体现了国家相关部门对重点内容的严格把控,又可减轻广电主管部门的审核压力,发挥网络视听平台的自我管理作用,体现出管理手段的灵活性和实效性。这些规定进一步确保了微短剧监管的差异化、精准化,以差异化、精准化管理优化审核流程,既能确保内容的合规性,又能提高审核的效率和准确性。

分类分层审核制度不仅能净化网络视听市场,提升微短剧的内容质量,促进微短剧行业健康发展,推动更多优质内容涌现,还能保护观众的合法权益,维护社会公序良俗。从更远的意义看,微短剧分类分层审核,也是国家文化治理能力提升的一次提升。

总之,落实分类分层审核制度,是微短剧合规健康前行的重要保障。期待在新政的引导下,微短剧能成为网络视听领域的一股清流,为观众带来更多优质、合规、有深度的内容。

## 让聚会游更加和谐

◎ 赖春明

新形势下,人们聚会的方式在悄然改变,由单一的相聚,向一边旅游休闲、一边聚会交往转变。聚会游对于和谐人际关系、增进彼此感情、促进身心健康、推动旅游经济发展,都有积极影响。无论是聚会游的组织者,还是参与者,都有必要以认真的态度,对待这一时尚的聚会方式,力求组织者惬意、参与者满意。

聚会交流重平等。无论是同学、同事、同乡聚会,还是亲朋好友、战友聚会,要想真正实现相互沟通、相互了解、相互理解、相互学习、增进感情等目的,就应力求做到平等、融洽、友好。无论是座谈交流时的座位安排、场地布置,还是发言的先后、说话的长短和语气等,都应尽可能做到不分职位高低、财富多少,大家基本平等,没有贵贱尊卑之分,只有年龄长幼之别。大家在平等、平和的氛围中交流,说不定更能说些真话、吐些真言。

旅游观光保安全。聚会游中的旅游观光,应尽可能把旅游计划、线路制定得详实、周到,力求让大家在旅游中亲近自然、增长见识,既愉悦身心,又陶冶情操,还融洽感情。要实现玩得畅快与舒心,务必以确保安全为底线。比如,自驾游不超

速超载、疲劳驾驶,打车出行不乘坐非法营运车辆,也就是大家平时说的“黑车”,凡是不适宜多数人去的地方,如海拔过高、太陡峭之处,不建议去,应尽量照顾到聚会中的每个人。

餐饮膳食求健康。聚会免不了聚餐。聚会游中的聚餐,不妨上升到品鉴美食、欣赏文化、享受生活等高度来认识、来对待。现如今,吃饱已不是问题,吃得生态、吃得绿色、吃得健康、吃得愉悦,才是大家追求的聚餐标准。聚会游中的餐饮,尤其是在旅游景区的聚餐,没必要追求“高大上”,只要有特色、讲卫生、利于健康,就基本不错、皆大欢喜。

娱乐活动讲文明。聚会游没必要弄得枯燥乏味,应力求办得活泼有趣。要活跃气氛,就免不了娱乐。但旅游也是一种文化习得方式、文明传承路径。在聚会游中,娱乐也好,消遣也罢,都应追求文明、健康。赌博既不能怡情,也不合法。即使是所谓的“小赌”,也可能损伤和气、伤害情谊。在饮酒、唱歌、跳舞等活动中,也不宜太放纵,更不能太低俗,而应尽可能文明、文雅。多一些文明、文雅,少一些庸俗粗野,聚会游才会多一些和谐。



据媒体报道,日前,在北京市朝阳区某花鸟市场,一些被精心打造、造景别出心裁的玻璃缸被人群围得水泄不通——他们在争先恐后地参观、挑选里面的猪鼻蛇、树蛙、鬃狮蜥、寄居蟹、竹节虫……近年来,异宠(指猫、狗、鸟、观赏鱼等传统宠物之外的另类宠物)涌入大众视野,成为不少人追捧的“神奇动物”。当饲养异宠的过程中遭遇重重困难,如治疗成本过高、宠物难以驯化甚至具有攻击性等问题时,一些饲养者便选择了弃养,由此造成的外来物种入侵、传染性疫病蔓延等问题不容小觑,加强异宠交易与放生规范管理,已是当务之急。

王怀申 文/图