

总票房超95亿元，观影人次1.87亿，均刷新纪录

# 电影春节档迎来开门红

本报记者 刘阳

## 推进文化自信自强

今年春节档，中国电影市场表现亮眼——

《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《熊出没·重启未来》《蛟龙行动》《封神第二部：战火西岐》《射雕英雄传：侠之大者》等6部影片同步上映，2025年春节档被称为“最强春节档”。家国情怀、传统文化、IP电影、电影工业化等成为这个春节档的关键词。

截至正月初七，全国电影票房连续7天突破10亿元大关。据国家电影局统计，2025年春节档总票房为95.10亿元，观影人次为1.87亿，同比分别增长18.64%和14.68%，刷新春节档票房和观影人次纪录。截至2月5日9点，2025年电影总票房为116.34亿元，观影人次为2.40亿。

“最强春节档”的强劲势头能否延续？供需两旺的市场形势能否形成常态？

## 春节档影片中国风格、中国气质鲜明

今年春节档影片题材多元、类型丰富、市场关注度高。《封神第二部：战火西岐》续写前作暗线伏笔，展现人物的成长轨迹和战争场面；《哪吒之魔童闹海》讲述哪吒闹海故事，延续“超级喜剧、超燃视效”风格；《唐探1900》保留类型风格的同时，在内容创新和制作规模上升级；《蛟龙行动》作为我国第一部核潜艇电影，在水下呈现广阔战场与复杂战况；《熊出没·重启未来》是《熊出没》科幻五部曲的最终章，用“极致的浪漫、大胆的想法”呈现一场冒险；《射雕英雄传：侠之大者》改编自金庸经典武侠小说，呈现了“侠之大者，为国为民”。

中国电影评论学会会长饶曙光表示：“高品质电影的有效充分供给，是保证春节档高票房的重要前提。春节档上映的6部电影在题材类型上涵盖了动作、动画、武侠、喜剧、悬疑、神话等，满足了春节的观影需求，中国风格、中国气质鲜明。”

“吃饺子、放鞭炮、看春晚之外，看电影成为春节期间的一项文化新民俗。”清华大学教授尹鸿认为。

近年来我国电影产业高速发展，影院建设加速推进，三、四线城市影院布局日臻完善。当前，我国银幕总数已超9万块。硬件设施的提升，为电影票房走高提供了基本保障。从高制式影片的制作和放映来看，近年来IMAX、中国巨幕、CINITY、杜比影院等特效厅的建设也提升了观影体验。不少影院升级设备，拓展服务，让观众体验到科技与电影的紧密结合。

从电影主管部门到经营主体都高度重视把影片推向市场，许多地方和平台发放了电影优惠券。一系列惠民举措，在一定程度上促进了电影市场的火热。北京市投入3300万元观影补贴推出电影院里过大年、2025新春观影活动，覆盖全市300多家影院；上海各大影院纷纷推出优惠措施，如9元的特价票、买一赠一的促销活动、票价补贴等；江苏开展电影惠民消费活动，联合票务平台发放2500万元惠民观影券。

春节档燃起了观众对影院的热情，成为全年票房的“蓄水池”，也是电影市场的风向标。接下来，能不能把这种“特殊性”变成“常态化”？尹鸿认为，重点在于保证优质影片的常态化供给。

## 用年轻人接受的方式讲故事

今年春节档，《哪吒之魔童闹海》影片票房达48.39亿元。不少业内人士预测，该片

## 核心阅读

今年电影春节档，被称为“最强春节档”，总票房和观影人次均刷新纪录，看电影成为新年俗，多领域消费场景吸引观众跟着电影去旅游、品美食……一系列亮眼表现，呈现出一个供需两旺、活力强劲的电影市场。

总票房有望刷新中国电影市场票房纪录。此前，2019年暑期档，国产动画《哪吒之魔童降世》上映，以超过50亿元的总票房创造国产动画第一的好成绩。

《哪吒之魔童降世》经历了66次剧本修改，完成了1400多个特效镜头。《哪吒之魔童闹海》的角色数量是第一部的3倍，特效镜头近2000个。“我们做动画的心态是宁缺毋滥。第一部是‘死磕’出来的。观众给了我们做第二部的机会，随随便便端上桌，不符合我们的追求。相信观众不会拒绝有诚意作品。”影片导演饺子说。

中国艺术研究院教授支菲娜发现，春节期间，她身边去看《哪吒之魔童闹海》的朋友中，很多是没看过第一部的年轻人。“事实证明，要用年轻人接受的方式来讲故事，呼应他们的心理需求。”她说，“在创作上要避免因循守旧，不断推陈出新；在管理运营上要突出电影的消费特性，尊重市场规律。电影市场的关键潜在人群是年轻人，电影创作一定要避免板着脸说教。”

家国情怀、传统文化、IP电影、电影工业化，是今年春节档的关键词。在对传统文化的呈现方面，《封神第二部：战火西岐》的表现亮眼。《封神三部曲》导演乌尔善介绍，影片采用了大量非遗元素，很多建筑样式来自“穿斗式”建筑，“非遗传承千百年，值得我们了解并将之应用到创作中，这是作为中国创作者非常幸运的事。”

IP电影创作方面，由《唐探1900》领衔的系列电影尤为引人关注。“今年春节档上映的6部电影都有IP，系列电影成功的关键在于创作者能否一直坚持推陈出新。创作者只有不停地学习、进步、迭代，才能和观众一起成长。”《唐探1900》导演陈思诚说，今年是“唐人街探案”系列上映10周年，系列已推出4部电影和2部剧集。

就电影工业化而言，高度类型化、制作流程规范化、对电影高科技的运用是3个必不可少的要素。今年春节档影片充分彰显了这3个特质。

## 跟着电影去旅游、品美食，惠民观影带火多元消费

春节档电影带火拍摄地、取景地和故事发生地，各地紧抓春节档契机，不断提高旅游产品的供给，“跟着电影去旅游”“跟着电影品美食”两项主题活动活力涌动。电影和旅游市场的融合，为春节文旅市场注入新活力。

《唐探1900》拍摄地山东德州乐陵影视城耗时7个月搭建了近20万平方米的拍摄场景。借着电影热映，乐陵影视城在大年初一到初七开放主题园区，开园第一天就迎来了数万名游客。有游客表示，“仿佛自己也成了片中人，很有代入感。”

《射雕英雄传：侠之大者》的上映带动各地游客慕名来到湖北襄阳。襄阳文旅集团负责人介绍，为接住这波电影带火的“武侠



图为春节档电影海报。 资料图片

## 链接

### 网友热议春节档

**@搬搬搬：**既有踏碎凌霄的热血，又有劈波斩浪的视觉，更藏着国漫工业化进程的期望。《哪吒之魔童闹海》再次证明了什么才是国产动画电影的天花板。希望导演别累着，但也别闲着，给我们带来更多好看的作品！

**@昕昕子：**过年在侄子的软磨硬泡下看了《熊出没·重启未来》，没想到我这个30多岁的人也看进去了。电影有笑点有泪点，好几场打斗戏看得热血沸腾。侄子看完说自己也想成为像小亮那样勇敢的人，一代人有一代人的超级英雄，小亮已经成为侄子心里的小小偶像。

**@凌雁：**电影与文旅、餐饮、IP周边等产业是可以高度关联的，老百姓看什么、谈论什么，流量就在哪里。但是话题和关注度是否有持续性，电影能否成为经典，最终还是取决于内容的深度和广度。

**@桃不言：**在济南看完《唐探1900》，晚上就刷到乐陵影视城——这部电影的拍摄地。前一晚刚看的电影，第二天就来地到拍摄地，真的有种穿越的感觉，收获意外惊喜！

**@烙饼：**老家在县城，没想到电影春节档这么火爆，有的影片场场满座。观众会为好故事买单。

(陈圆圆、邓建萍整理)

餐饮品牌推出了多项活动，南京市40多家餐饮门店同步推出联名套餐，还限时落地两家主题餐厅。

一系列活动增强了多领域消费场景对于观众的吸引力，通过惠民观影带火多元消费。“电影从来都不只有票房价值，还具有高影响力的溢出价值。这几年社会各界有更高意愿跟电影合作，放大其溢出价值的影响力，让与电影相关的新型消费业态和消费场景愈发丰富和活跃起来。”尹鸿说。

了漫天烟火。

“挖出了煤，炼出了铁，淳朴的铁匠，挥舞着铁锤……”伴随着铁锤的敲击声，台词响彻舞台，一段“九头十八匠”剧目表演呈现在观众眼前。“打铁花不仅要给人视觉上的享受，还要展现我们当地的历史文化。”周小明说。

漫步司徒小镇，亭台水榭，如同步入古画，镖局、酒馆、醋坊等，处处体现着当地的民俗风情。打铁花走红后，司徒小镇又编排了《又见老山西》《小二黑结婚》《衙门断案》等数十场演出剧目。越来越多的村民，转型当起了演员，李卫岗便是其中的一员。

退伍回乡后，他被动当了演员。没学过表演，他就每天吊嗓子、练身形，看戏剧和电视剧，琢磨人物角色的塑造。光是笑，他就学了十几种情形下的变化。他每天要上演七八场演出，“有些外地的观众来了，知道我是村民后，特别惊讶，夸我演得好，那一刻真是有成就感。”

如今，司徒小镇打造的商业街，集山西民俗、美食、文化、创意集市于一体，荣获了山西省首批休闲旅游街区、山西省首批夜间消费和文化旅游集聚区、山西省特色商业街等称号，已累计接待游客上千万人次。

## 新语

体验冰雪项目、领略花船巡游、观赏地戏表演……今年春节假期，“去乡村旅游过大年”成为不少人的出行选择，也圈粉了越来越多入境游客。有游客感慨：“乡村的烟火中藏着地道的中国味道。”

乡村旅游何以不断聚人气、扬名气？用心守护乡风乡俗乡韵是关键所在。

福建南靖官洋村注重传统建筑的活化利用，改善传统土楼内部环境，融入休闲业态，让“凝固的诗歌”成为品味乡村文化的重要平台；四川理县桃坪村坚持保护与传承并重，举办花儿纳吉赛歌节等民俗文化活动……守住乡村的“原汁原味”，小而美的田园才能留住远道而来的游客。

乡村旅游热度攀升也是文旅深度融合发展的生动注脚。乡村是中华优秀传统文化的根基，一砖一瓦皆故事，一街一巷载乡愁，把深厚的文化资源转变为旅游优势，有赖于因地制宜的开发与利用。

安徽黄山西递村围绕村中随处可见的楹联，深挖楹联背后的“谦和”“自律”等文化理念，建设楹联广场等文化新地标，在潜移默化中展现传统文化的魅力；陕西柞水朱家湾村依山就势，打造终南山寨民俗文化村，将乡土、民俗等融入建筑艺术中，使生态成景点、村落变景区。实践证明，利用好蕴藏于乡村沃土之中的文化基因，实现从“静态展示”到“动态传承”的转变，将为乡村积蓄更多发展新动能。

伴随着数字技术的迭代发展，乡村旅游有了更多新的“解锁方式”。智能导航系统的推行，使游客实现“一部手机逛乡村”；短视频等平台普及，“云端游乡村”拓宽了乡村旅游的可达性……数字技术日益融入乡村旅游的全链条，提升了游客的体验感、满意度。

推动乡村旅游“乘势而上”，同样离不开政策引导与支持。近日，文化和旅游部推出90条“年礼好物 自在乡村”主题精品线路，进一步丰富了春节假期文化和旅游产品供给。立足地区自然资源禀赋，将过去散落的乡村串点成线、串珠成链，实现互补互促、联动发展，能够推动形成品牌效应，释放乡村旅游发展的内生动能。

乡村旅游进入下半场，更要写好山水文章，守好生态底色。从山东荣成烟墩角村翩翩起舞的天鹅，到重庆武隆荆竹村郁郁葱葱的林海，再到甘肃迭部扎尔那村幽深狭长的峡谷，乡村旅游看的是山水美景，品的是悠远古韵，留的是心中诗情。乡村旅游资源开发不能只关注经济效益，而应在产业发展与生态保护之间找到平衡点，让游客能够在“望山见水”中记住乡愁。

乡村旅游，一头连着游客的“诗与远方”，一头连着村民对美好生活的向往。守好青山绿水，用好数字技术，护好诗意田园，氤氲着烟火气和文化味的美丽乡村，令人心生期待。

## 国家广电总局发布通知

### 未标注许可证或备案号的微短剧不得上线传播

本报北京2月5日电（记者刘阳）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》，要求落实“分类分层审核”制度。根据微短剧行业发展实际，按照国产网络剧片分级监管、重点监管原则，对微短剧按3类分3个层级进行审核管理，以差异化、精准化管理优化审核流程、提高审核效率。

根据通知，重点微短剧、普通微短剧均应向省级以上广电主管部门进行规划备案和成片审查，重点微短剧的规划备案由国家广电总局统一备案公示管理。其他微短剧由播出或为其引流、推送的网络视听平台履行内容管理的职责，负责内容审核把关与版权核定，定期将审核剧目信息报属地省级广电主管部门备案。

根据通知，网络视听平台、小程序、投流方等播出或引流、推送的所有微短剧，均须持有网络剧片发行许可证或完成相应上线报备登记程序。节目上线前须在片头按相应格式要求标注网络剧片发行许可证号或节目登记备案号。网络视听平台不得上线传播未标注许可证或备案号的微短剧，也不得为其引流、推送。

## 北京文旅市场多项指标创新高

本报北京2月5日电（记者潘俊强）2025年北京春节文旅市场迎来“开门红”，市场热度持续攀升，多项指标创新高。春节假期，全市接待游客总量1758.9万人次，实现旅游总花费286.7亿元。入境游呈现火爆态势，接待入境游客9.1万人次，同比增长51.9%；实现入境旅游花费9.3亿元，同比增长52%。

春节假期，北京旅游市场总体平稳有序，活动丰富多彩。春节假期，北京推出“庙会、非遗、演艺、冰雪、乡村、联欢、乐游”七大类过年特色活动2756场。传统庙会人气火爆，23个庙会灯会游园会共接待游客408.9万人次。地坛庙会、龙潭庙会、厂甸庙会等传统庙会是热门打卡地。庙会不仅保留了舞龙舞狮、民间花会等，还通过增强现实技术等，让游客感受到传统年俗的现代魅力。非物质文化遗产成为今年庙会的亮点之一，北京中轴线日均接待游客42.4万人次，剪纸、泥塑、糖画等非遗技艺展示和体验活动受到欢迎。

各文化场馆推出的特色展览同样备受关注，全市博物馆共接待游客235.9万人次，北京艺术中心、北京城市图书馆、北京大运河博物馆共接待游客11.8万人次。全市文旅场所营业收入11.7亿元，110个演出场所举办线下营业性演出1655场，观众约33万人次，票房超5300万元，场次、观众、票房同比分别增长约9%、7%、8%。

本版责编：智春丽 陈圆圆 陈世涓  
版式设计：张芳曼

在山西晋城市司徒村，村民转型当演员，自编自导情景剧

## 铁花“打”出个艺术村

本报记者 郑洋洋

太说。

打铁花，和当地“打铁”的传统息息相关。晋城地处山西省东南部，煤炭资源丰富。位于晋城城区的司徒村，村里许多人祖祖辈辈靠打铁为生。“每逢正月，我们小孩最喜欢看长辈们打铁花。”焦国太说。

随着城镇化的推进，定制铁农具的人越来越少，村里的年轻人很多出去打工了。村子该怎么发展？2007年，时任村委会主任，后来担任村党支部书记的周小明带着几个村民，在国内著名的乡村旅游地调研学习。“发展旅游业，得有好看看好玩的项目。”周小明带着结论回到村里。

“啥好看？打铁花好看呀！”周小明挨家挨户动员村里的手艺人，通过村集体企业投资，打造专业的打铁花舞台。焦国太就是那

时候加入打铁花队伍的。

“没有场地，我们就在人工湖中心的台子上打，也不收门票。”周小明介绍，如今，司徒小镇打铁花的演出人员从最初的36人增至270人。10年来，有1000多人在司徒村学会了打铁花，有将近200名村民从事表演，带动了附近800多人就业。

为了让演出不单调，周小明开始琢磨编排剧本。“一开始请了专业团队，但是价格太贵，也不了解本地历史，我们打算自己干。”于是，周小明和村民们动手打磨演出的灯光、舞美、剧情，终于磨出了打铁花经典剧目《千年铁魂》。

舞台上炉火熊熊，激光闪烁，锣鼓点的节奏中，汉子们手举火把入场，带来一段刚烈的舞蹈。只见手中红铃上下举动，火星四溢。接着就是铁花，旋出圆圈，击出龙龙，铁花成

## 艺术改变乡村

音乐响起，只见一人左手轻抛，右手用木板猛地击出，高温铁水宛若一条巨龙，瞬时点亮夜空，绽放出盛大璀璨的“烟花”。似火树银花，又如星河坠落，引得台下观众连连惊呼。

这里是山西省晋城市城区的司徒小镇，正在上演一出远近闻名的打铁花表演《千年铁魂》。

春节假期，从除夕到正月初七，司徒小镇总计接待10.88万人，经营性收入达1439.39万元。

“谁能想到，打铁花这么受欢迎，还成了我们的吃饭手艺！”60岁的司徒村村民焦国