



## 国产IP强势崛起 预售刷新多项纪录 这个春节档 有啥不一样?

春节的电影市场相当火热。2025年春节档新片预售总票房,《射雕英雄传:侠之大者》《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》分列预售票房榜前三。今年春节档有什么特点?

### 对比去年春节档 今年影片更吸引合家观影

当前预售排名前五的电影中,《射雕英雄传:侠之大者》预售总票房火速破亿,领跑榜单。《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《封神第二部:战火西岐》《蛟龙行动》等预售票房也均破两千万。

对比去年春节档的电影,发现首先是类别更加丰富,预售前五当中涵盖了武侠、神话、动画、悬疑、动作等多种题材。

再来看时长,今年春节档影片平均时长超过137分钟,刷新中国影史春节档片长最长纪录,但绝大多数大片的最低票价与去年保持一致,加上在国家电影局的指导下,各地政府、电影局以及片方、购票平台的消费补贴和平台票补,当前观众购票价格非常实惠,部分影院出现多部影片可以19.9元购入,可以说是“加量不加价”。

在各地影院,可以看到为了迎接春节档的到来,大家都已经在氛围布置、影片排片、优惠购票活动等方面做足准备。

采访中,电影数据分析师王舒表示:“我们从购票人群画像中发现,今年预售开启首日,三人及以上结伴观影的观众比例超过四分之一,相较去年同期提升5%,说明今年春节档影片对合家观影更具吸引力。”

### 传承+创新 国产电影IP强势崛起

今年电影春节档均由国产电影组成,其中有多部国产IP电影,这背后是文化的传承和持续的创新。IP本身是指知识产权,在影视作品中,形成电影IP的通常是指经过市场检验,具有一定粉丝基础和口碑的文化内容,也可以说是“品牌效应”。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举表示,今年春节档的电影许多是IP电影,也就是已经形成内容品牌的。从内容的创意、品牌的形成,到整个制作的工业化,再到院线体系覆盖率的完成,还有电影制作前,就已经开始进行IP的授权、衍生、开发。电影加产业价值链、产业链逐渐形成,是今年春节档电影票房奇观很重要的原因。



想要一次又一次吸引观众走进影院,并不容易,续作往往会带来比前作更加挑剔的观影体验。

预售中,票房排名最靠前的续作电影是《哪吒之魔童闹海》,而这已经是它第一部上映后的第六年。肯用更长的时间和成本,来塑造更好的故事,是当前中国电影文化持续发展的关键。

同时,这其中有许多中华传统文化的元素。《哪吒之魔童闹海》与《封神第二部:战火西岐》均源自中国古代神话巨著《封神演义》。一边是制作团队越来越多地选择带有传统文化元素的IP,一边也代表着当前观众对传统文化的认可和自信。“国潮给电影市场消费带来的加成效应,无论是中国传统文化还是国家情怀,当电影具备国潮的属性,我相信有更多的人会进入电影院,不仅看电影,也是体验文化、认同文化。”魏鹏举表示。

### 从制作到放映 电影全产业链提升

想要吸引观众走进影院,实实在在地为电影“买单”,不仅仅要依靠传统文化的元素本身,更要有精良的制作,这背后离不开整个文化产业全产业链的快速发展。

在《封神第二部:战火西岐》的取景地——青岛东方影都,这里搭建了西岐城墙等众多电影中的场景。据工作人员介绍,借助先进的制作技术,影片的视效和动作场面实现了全面升级,既有峡谷伏击、兵临城下等战争动作戏份,又有仙法、神兽助阵的奇幻视觉效果。

山东青岛西海岸新区影视产业发展中心副主任胡瑞彦表示:“比如说特效技术越来越成熟,AIGC(人工智能生成内容)技术的广泛应用,从电影的预演到拍摄到制作甚至到观影体验,重塑了现代传播的一个体系。”

整个电影的特效镜头数量超过2000个,而这一系列复杂场景、动作、特效的实现,需要海量的计算资源来进行渲染。同样,类似哪吒的红色混天绫在风中舞动的场景,哪吒与敖丙激战之际的火焰、水流等特效,同样需要渲染技术来实现。曾经,看惯了外国“大片”的观众,对于制作的挑剔,是影响国产动画电影票房的重要原因。如今,因为覆盖全国的算力网络和动画制作技术的发展,以往需要以年为周期的制作周期,现在大幅缩短,效果也越来越逼真。

不仅是制作端技术更加精良,在产业链末端的放映环节,影厅的配置也更加完善。数据显示:去年三、四线票房占比达40%,全年城市院线净增银幕数4658块,银幕总数突破9万块;全

国共有开展电影公益放映的农村数字电影院线280条,放映队4.3万个;特效厅全年票房超30亿元,以2.7%的场次贡献了7.2%的票房。

更多的银幕、更好的效果,进一步激发观众消费热情。电影数据分析师王舒介绍:“现在在全国有700多个IMAX(巨幕电影)厅、接近200个CINITY(支持120帧放映)厅和48家杜比影院。这些影厅通常座位数更多、具有更好的视听效果,特别匹配重工业、强视效的影片,给观众带来更为震撼、沉浸的观影体验。”

### 市场持续回暖 春节档票房预计超85亿元

电影市场持续回暖,也带动包括影视制作、影院运营、影视设备、文化娱乐消费等各方面市场主体持续向好。根据预测,今年春节档总票房将超85亿元,有望创历史新高。

2024年,我国电影市场进入调整期,全年电影票房有所下降。但随着贺岁档和一系列拉动消费的活动到来,电影市场持续回暖。数据显示,去年11月全国电影总票房为18.77亿元,同比增长11.4%,时隔大半年后重回增长轨道。

此次预售连续刷新纪录,不仅仅是数字的增长,也带动影视制作公司、院线公司、影片放映相关设备供应商、衍生品销售等各市场主体,获得新的增长动力。

以影视制作方面为例,根据灯塔研究院发布的《2024中国电影市场年度盘点报告》显示,2024年国产电影上映总数为430部,与2023年基本持平,但2023年有68%的电影为早年立项。2024年立项备案的影片数量超过2700部,高于2023年。这意味着电影行业供给端正在恢复生产节奏,今年将会有更多优质电影持续涌现。

“电影票房预售迅速过亿这是一个纪录,但我觉得这还是小的,它的意义就在于体现了文化发展和经济增长形成了一种协同效应,让中国电影行业有更好的、更可持续而且更具竞争力的发展。”魏鹏举表示。

据猫眼专业版数据,2025年1月21日18时33分,2025年春节档新片预售总票房破3亿元!《射雕英雄传:侠之大者》《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》分列2025年春节档新片预售票房榜前三。

其中,徐克执导、肖战主演的《射雕英雄传:侠之大者》预售总票房超1.3亿元,首日预售票房超9819万元,均位居榜首;爆款国漫《哪吒之魔童闹海》以4601.15万元的预售总票房成绩排在第二;“唐探”系列新作《唐探1900》紧随其后,以4468.34万元位列第三。

据现代快报