



# 突破90亿元 1.76亿人次 位列全球第一 今年电影 春节档缘何 如此火热？

据灯塔专业版数据，截至2月4日13时30分，2025年春节档（1月28日—2月4日）上映新片总票房（含点映及预售）突破90亿！创下新的历史纪录。截至2月4日下午1点28分，2025年春节档总观影人次突破1.76亿，超2024年春节档总观影人次，刷新中国影史春节档观影人次纪录！《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《封神第二部：战火西岐》分列春节档票房榜前三位。

此外，2025年中国电影市场累计票房超北美票房成绩，位列全球第一。

今年春节档电影市场为何如此火热，取得票房口碑双丰收？是否能为中国电影产业打上一针强心剂？

——从类型看，今年春节档影片丰富多元。

囊括了喜剧、动画、悬疑、神话、动作、武侠等不同题材，给观众提供了较大选择空间，且新片中有多部是系列电影续作。

例如，《哪吒之魔童闹海》是2019年上映的《哪吒之魔童降世》的续作，前作票房超50亿元；《封神第二部：战火西岐》是2023年暑期上映的《封神第一部：朝歌风云》续作，第一部票房超26亿元。而《唐探1900》和《熊出没·重启未来》则分别为“唐探”系列和“熊出没”系列的第4部和第11部电影。

较强的IP效应和辨识度，让春节档影片在上映前就积累了好口碑和受众基础。早在1月19日，春节档新片开启预售首日，票房便迅速破亿元，刷新我国影史春节档预售最快破亿纪录。

——从内容看，今年春节档影片与节日氛围高度契合。

分析春节档影片情节和表达，《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》具有浓厚喜剧色彩，《封神第二部：战火西岐》展现对家园的守护，《蛟龙行动》传递家国情怀，《射雕英雄传：侠之大者》再现侠义江湖……这些主题与共享温暖情感、寄托美好愿望的春节相适配，带动观众走进影院，观看“家”的故事，感受喜庆团圆的气氛。

——从票房走势看，影片质量依然是吸引观众的关键。

春节档关注度、口碑发酵快。纵观该档期近年来票房走势，谁能通过高质量创作赢得观众口碑，谁就更能获得亮眼的票房成绩。

今年春节档，《哪吒之魔童闹海》自上映首日起，便位列档期票房首位。主创团队五年磨一剑，精心打磨剧情和特效。片中既有对人物立体细腻的描摹，也有宏大的动画场面和精彩的视听语言，对于自我认同、价值实现、亲情友情等多元主题的呈现，引发观众广泛共情共鸣。影片票房连续多日逆袭，也带动档期热度不断攀升。

北京师范大学艺术与传媒学院教授周星认为，“传统神话、武侠故事蕴含着民族精神，唤起强烈的民族情感。”“中国风”带动票房节节攀升背后，是文化自信的彰显。春节档实现开门红，折射观众对电影艺术的美好期待。繁荣的电影市场需要百花齐放，行业在充分释放IP红利的同时，也要勇于走出舒适区，紧跟时代脚步，创作更多原创精品，满足不同观众的多元需求。”

综合央视新闻、新华社

## 有影院一天排片99场，已破17项影史纪录 《哪吒之魔童闹海》凭什么让人共情

要说今年春节档的最大赢家，《哪吒之魔童闹海》当之无愧。截至4日中午12点，上映仅6天半，票房已经突破44亿元，已经进入中国影史票房榜前八。灯塔AI票房预测，《哪吒之魔童闹海》总票房可能会突破70亿元，将超越《长津湖》的57.75亿元，成为中国影史票房榜第一。

该片已打破17项纪录，甚至有影城一天排片99场。豆瓣评分8.6，观众评价“特效震撼”“剧情流畅”“笑泪交织”。

影片也引发全平台热议，观众从《哪吒之魔童闹海》中看到了什么，又是什么触动了他们的内心呢？

五年磨一剑  
特效团队像国漫“奥运村”

首先当然是影片的视效。从裂空爪掀起风云变色的震撼开篇，到后续山崩地裂般的激烈战斗场景，每一个精心打磨的特效细节，都能看出视效制作团队所下的功夫。无论是对哪吒神通的展现，或是敖丙的御水绝技，都紧紧抓住观众眼球。这些特效紧贴剧情，极大地增强了观众的沉浸感与代入感。

据悉，比起前作《哪吒之魔童闹海》整个故事更宏大，涵盖仙界、人间、妖界的角色数量增大，特效镜头超1900个，仅特效镜头就超过前作全片镜头数量（1800多个）。

比如“洪流大战”这场戏一个画面最多有2亿+角色，突破创新“前所未见”的视觉效果，挑战极难特效。于千军万马中营造出两军对垒、如同海浪一般翻涌的质感。这是由一个个真实角色构成的“智能海浪”，远看如海浪近看如交战，因此无法套用现实海浪的自然解算。每一个活生生的人物都是浪花里的一滴水，容不下一点偷懒。

而在整体洪流轨迹的设计上，设计师们从中国传统美学当中汲取灵感，无论是海洋里游弋的鱼群，山里、国画里漂浮的烟云痕迹，天上鸟群迁徙的轨迹都化作洪流的一部份，共同呈现出东方审美独有的韵律感。

此次《哪吒之魔童闹



2月3日，观众走进辽宁省沈阳市一家影城准备观看影片。新华社发

海》五年的制作过程不是闭门造车，更像一个开放的国漫“奥运村”。作为国内顶级的动画项目，吸引了国内优秀的动画人才集结、共同奋斗，不断挑战制作极限。

角色性格丰富  
令人大呼错怪了申公豹

第二是影片塑造的性格丰富的人物。《哪吒之魔童闹海》真正做到了没有一个人是小配角，每个人都有自己的成长线及高光。

随着电影热映，申公豹这一角色令不少观众有所触动。看似邪恶的“反派”申公豹，身上肩负着豹妖一族全族的希望，却在阐教一次次的欺骗与规训中被击碎。即使如此，他依然选择在关键时刻以一敌万、抱着赴死的决心拯救无辜，令无数网友大呼“错怪了申公豹”。

反抗命运和规则  
小爷是魔那又如何

除了画面的匠心独具，人物的重重反转，影片也以当下的主题表达切中人心。《哪吒之魔童降世》的“我命由我不由天”的反叛，在《哪吒之魔童闹海》中进一步升华，直接发出灵魂拷问“谁区分了魔和仙，魔和仙又有什么区别”。

而影片中诸多角色努力改变命运、却活在权势阴影之下的命运，也让观众共情。

豆瓣网友“居无间”评论道，“内核上不止于对命运不公的反抗，与不公斗争的不再只是哪吒，还有困于既定约束下退无可退的许多小人物。当个体变成群体后，对个人命运的刻画变为对时代命运的洞察，这种主题上的升华让影片更有回味。”

另一位豆瓣网友“Ber\_雪碧”也有同感，“打破了对哪吒闹海神话传说的既定想象，为故事塑造了符合时代的全新内核。第一部讲打破宿命，第二部是推翻规则，善恶无关种族，申公豹有自己的坚守与珍视，仙人有私心。跳出陈规，就会发现新的‘真相’。即便全世界挡在面前，也不要忘了那个心中有火、想与世界斗上一斗的自己。面上是魔童闹海，暗含的却是整个时代命题，细细品，其中有千滋百味的情感共振。”

据潮新闻

▶ [相关新闻]

## 《哪吒2》带火盲盒手办 网友直呼“根本买不到”

《哪吒之魔童闹海》彻底火了，“谷子经济”是指基于二次元文化衍生出来的周边商品经济。“谷子”是英文“Goods”的音译，指的是这些衍生商品，包括徽章、卡片、挂件等也被带火。据悉，泡泡玛特推出的“《哪吒之魔童闹海》天生羁绊系列”手办盲盒受到热捧，线上已售罄，线下也几乎买不到；万代南梦宫也推出了相关产品，其线上商城也显示售罄或无现货。

线上，“《哪吒之魔童闹海》天生羁绊系列”确如网友所说，已经买不到。记者查询了泡泡玛特微信小程

序、淘宝旗舰店、京东自营旗舰店，均显示售罄或者无现货。泡泡玛特微信小程序显示“商品已售罄，疯狂补货中”“预售提醒：预计2025年4月20日00点起开始发货”；京东自营旗舰店则显示，预计5月5日才能发货。

线下，记者在成都走访了泡泡玛特太古里店、IFS店、万象城店、银泰城店，店员均告诉“线上线下都已售罄”，还有店员说：“哪吒盲盒上周五上架，才上两天就全部售罄了。”记者随后又咨询了位于上海的泡泡玛特全球旗舰店和位于北京的王府井APM店，店员均告诉记者“已售罄”。

据红星新闻