

人文读本

本报记者 陆芳

2023 春节档圆满结束了。

据灯塔数据，截至1月28日0点，全国总票房67.58亿元，浙江斩获4.82亿元，位居全国第三，比去年有增长。

今年的这个春节档比以往受到了更广泛的关注，打开朋友圈，隔几条就有人在晒电影票，分享观影感受；媒体几乎每天都在跟进票房、口碑、影评……电影相关的新闻层出不穷。

哪怕微博上、豆瓣里，影迷和粉丝各抒己见，口水仗打个不停，大家心里始终有一股暖意涌动——这7天的种种，不仅提振了电影行业的信心，更是文化生活全面复苏的开始。

而这一切，是我们生活重启的风向标。



线上营销凶猛，B站脱颖而出

县城影院爆满，爆米花供不应求

全国票房超67亿，浙江排第三

兔的春节档

1

大四的孙敏，在等待研究生初试放榜的日子里，遇上了春节档。

不管有没有“上岸”，她好好犒劳了自己：大年初一去杭州百美汇影城，花了近300元，刷了《满江红》《流浪地球2》《无名》三部片子。看完后，她第一时间上豆瓣打分，发朋友圈安利给朋友。

今年无疑是春节档质量集体爆发的一年，尤其是票房亚军《满江红》和《流浪地球2》：《满江红》夺冠，被认为是“精忠报国”的岳飞精神，让当代人心潮澎湃、壮怀激烈，引发共鸣；《流浪地球2》则被赞“既隐含中国文化底蕴，也呈现出新的、关于全人类共同命运的想象，为大众文化市场提供了新选择”。

春节期间，有一条“豆瓣打分”上了微博热搜，它说的是：有近80万网友在豆瓣为春节档影片打分，加上猫眼的近20万条评论，淘票票的20万条评论，仅这3个平台，就有120万人次在讨论春节档。

年初五上午，在豆瓣打分超过2000部作品的杭州影迷若刚，刚从老家回来，就赶着去看《满江红》和《无名》。

他说，今年春节档热门影片的评论数量几乎是往年头部影片的两倍，像《流浪地球2》这样的，在烂番茄上评分也很不错，目前新鲜度高达83%。

这届春节档获赞“口碑最强”，也体现了国产电影整体工业水平的上升。

而好电影，才能真正吸引观众回到影院。

2

这几天，凌燕也在时时刻刻盯着平台分数，她还关心着实时票房。

凌燕是浙影时代影城·新远国际店的市场经理，负责排片。一部电影每天排几场，直接关系到影院的票房收入。

“主要就是看观众口碑。”她说，一开始几乎大家都看好《流浪地球2》，因为有前传的票房奇迹在，所以场次比《满江红》略多一点。

没想到，大年初一《满江红》就口碑爆了。她赶紧做调整。

事实上，全国绝大多数排片经理都发现了这一点，因此《满江红》当天的排片也从28%跃升至32.5%。根据灯塔专业版显示，大年初三这天，《满江红》的累计票房已超越《流浪地球2》。

但凌燕也没忽视《流浪地球2》，这两片的排片都在20%以上。

“探花”她本来想给《无名》的，但没想到小朋友带动的消费力这么强，于是排片第三给了《熊出没》。

“今年片子都不错，有时候我们也很为难。”聊完自己的“布局”，她展开了一个笑脸，“这么紧张刺激的排片，好久没经历了。”

毕竟这是3年来，第一个可以自由流动、没有上座率限制的新年，连那些平时不太会走进电影院的人，都选择买一张票，体验一下久违的感觉。

3

“两杯爆米花，谢谢”。年初五晚上11点，林雨萍熟练地铲出两勺爆米花，装进杯子，递给一对情侣。

这是她从除夕开始，在杭州博纳院线戏幕影城（滨江银泰店）连着上的第六个夜

班，这是她进入职场以来最忙的一个春节：“爆米花一天要爆20锅，是平时的5倍。”

对一家影院而言，卖品是收入的重要组成部分，在林雨萍心里，爆米花卖得越多，影院交房租的时候就会越轻松。

欧雪莲是这家影院的检票员，春节单位临时增加了一个检票的同事，但到晚上临开场前，还是会排起长队。

她已经练出了“一心两用”的本事：一边手脚麻利地检票，一边提醒拿着爆米花的观众，小心，不要洒了，“今年合家欢的电影多，很多是子女陪着父母一起来，几乎每天都有年轻人推着坐轮椅的长辈进场，就坐第一排。”

对丁金晶而言，这是她几年来最开心的一个春节。3年来，对她所在的浙江最大影院——杭州萧山德纳影城来说，非常艰难。

今年春节之前，影院新装了CINITY影厅，萧山观众本来就喜欢尝新，因此从年初一到年初三，该影院的票房都是排进全国前三名的。“每天有8000多人来看电影，最忙的其实是我们保洁，很多时候只好值班经理带人一起帮忙清理影厅。”

浙江目前有750家左右的影院，不仅杭州、宁波、温州这些大城市，下面的县城影院也是场场爆满。这些影院，平时一天票房只有几百块，这几天平均每天进账10万元都不止，春节7天，可以赚到平时几乎半年的钱。

过去这3年，更让影院人担心的是，人们的生活方式和消费习惯有没有被改变？愿意跑去影院看电影的人，会不会越来越少？在家刷刷、打游戏，会取代看电影吗？

现在，他们终于可以放心一点了，这个春节档证明，只要有好电影在，观众就在。

4

林薇是某特效电影公司的宣传主管，春节四部片子都有他们公司的放映格式，这个假期，在三亚度假的她，完全是在信息轰炸中度过的。

“今年线上宣传太猛了，从抖音、快手等短视频平台，到微博、豆瓣等社交媒体平台，还有猫眼、淘票票等互联网售票平台，甚至B站这样的视频社区，春节档相关的话题和内容都在不断翻新，物料曝光、视频二创、主创直播、跨界联动等，各类营销手段密集出现。”

《流浪地球2》和《交换人生》都去了董宇辉的直播间，而《无名》主创则做客李佳琦直播间。

今年因为电影内容丰富，使得B站在线上营销大战中脱颖而出。

《流浪地球2》在B站直播，主创同影视、物理、天文等专业领域UP主的“跨界对话”，吸引了无数网友。此外，B站流行的5到10分钟深度电影解说，也对《流浪地球2》《满江红》进行了口碑上的补充。

归根结底，还是那句，电影本身有内容，才能被深度解读，管中窥豹，进而吸引路人走进影院去欣赏全片。

疫情3年，很多文娱消费活动不得不转到线上进行，现在看来，这其实也是一种蓄力：它为好作品的宣传和推广，积累了足够的平台力量和粉丝关注。等到电影上映，渠道足够下沉，配上深入人心的好营销，就能激起观众的观看欲望。

显然，今年春节档的“报复性”消费，是各方合力实现的。

博纳国际影城杭州大悦城店，排队进场的观众