



创新高!

牛年春节档78.22亿收官

1.6亿人次观影，比2019年春节档1.32亿增长21%



新华社北京2月18日电 国家电影局18日中午发布的数据显示，2021年2月11日除夕至17日正月初六，全国电影票房达78.22亿元，继2019年59.05亿元后，再次刷新春节档全国电影票房纪录，增长32.47%，同时创造了全球单一市场单日票房、全球单一市场周末票房等多项世界纪录。

权威数据显示，今年春

节档观影总人次为1.6亿，比2019年春节档1.32亿增长21%。截至2月17日，全年总票房为115.88亿元，观影总人次为2.62亿，国产影片票房为112.26亿元。

春节档的7部影片累计票房分别为：《你好，李焕英》27.22亿元；《唐人街探案3》35.62亿元；《刺杀小说家》5.39亿元；《熊出没·狂野大陆》4.05亿元；《新神榜：哪吒重生》2.39亿元；《人潮汹涌》1.51亿元；《侍神令》2.11亿元。

中国电影艺术研究中心开展的中国电影观众满意度调查显示，《你好，李焕英》《唐人街探案3》《人潮汹涌》位列2021年春节档观众满意度得分前三名。

调查报告称，《你好，李焕英》以笑中带泪的温情故事取胜，真挚亲情感人至深；《唐人街探案3》在延续悬疑推理+喜剧的结构中继续延展“唐探系列”风格；《人潮汹涌》以荒诞幽默、以小见大的叙事风格，聚焦普通人困顿追求引发共鸣。

合家欢动画片《熊出

没·狂野大陆》是春节档常驻选手，在工业品质保障、品牌IP积淀加持下受到青少年观众欢迎；中国风的成人向动画片《新神榜：哪吒重生》糅合国潮、赛博朋克元素推陈出新，这两部不同风格的动画影片赢得了不同年龄观众的喜爱。

两部视效商业大片也为观众提供了更丰富的观影体验。报告称，改编自同名短篇小说的《刺杀小说家》，动作和奇幻元素相融、现实与小说世界并行，影片叙事、视效和情感表达均在线，满意度82.6分。《侍神令》改编自游戏《阴阳师》，通过成熟的特效工业化制作展现了绝美的东方奇幻世界。

中国电影艺术研究中心主任孙向辉说，这些影片的优良品质与观众的积极分享一起造就了档期热络的观影氛围，并使得市场在疫情防控、上座率控制等变量之下依旧实现了观影人次及上座率的明显提升，更激发了电影工作者创作、供给优秀作品回馈广大观众的责任感。



“王炸”背后，亦有“好牌”

2021河南省春晚缘何被赞“出圈”？

新华社郑州2月17日电 “2021河南省春晚的《唐宫夜宴》是我心中的最佳节目”“青铜变王者”……

2021年的春晚大餐，一向低调的河南春晚凭借着硬核的节目内容，竟然“C位出圈”。微博等新媒体平台上，网民纷纷留言，对河南春晚赞誉有加。“王炸”背后，亦有“好牌”。2021河南省春晚缘何被赞“出圈”？新华社记者带你一探究竟。

互联网思维突破流量“怪圈”

没有浮夸的宣传，整合晚会制作成本不足千万，略显朴素的河南春晚却在网络上赢得了百万网民在线“打call”。节目视频播放量超20亿，微博话题阅读量4.9亿次，多次登上各平台热搜榜单……

2021河南省春晚总导演陈雷认为，从节目编排到后期宣发，主动拥抱互联网思维是河南春晚取得成功的关键。“互联网思维的核心是用户思维。大家会不会来看？为什么要看？看点在哪？在整台晚会的制作上，我们始

终带着这些问题去实践和思考。”

陈雷说，河南春晚是让表演者去服务节目内容，让不同年龄段的观众都能在节目观赏中取得情感共鸣。

以节目《我们能》为例，以小见大式的故事化表达和精美的歌舞编排，再现了各行各业在抗击疫情过程中的奉献与付出。

“把每个人共同的生活经历融入作品之中，让每个人都有参与感，我们的节目才能打动人心，才能被认可。”2021河南省春晚艺术总监李暄说。

创新表达唤醒文化自信

今年的河南春晚，爆款节目非《唐宫夜宴》莫属。

这支5分钟的舞蹈，将大唐风华融于少女的嬉笑怒骂，时而严肃，时而活泼。背景配以“妇好鸮尊”“莲鹤方壶”“贾湖骨笛”“捣练图”“簪花仕女图”等诸多“宝物”，为观众呈现了一个活起来的博物馆奇妙夜。

“如果只是单纯的舞蹈表演，《唐宫夜宴》的影响力肯定没有这么大。我们

运用虚拟现实技术，通过时间、地点的变化，把整段舞蹈分段切换，并结合了中国山水等一系列耳熟能详的文化符号。”李暄认为，正是表达方式的创新，才重新唤醒了传统文化原本就具有的巨大魅力。

网民评价《唐宫夜宴》让自己看到了熟悉的陌生感，“那些小女孩的身影，不就是这个时代正在赶上班早高峰的我们吗？”古今时间线上的关联，也是陈雷认为《唐宫夜宴》的成功之处。

“把趣味性的古代场景还原成今天每个人的日常生活场景，让古玩和每个现代人的心灵发生碰撞。我觉得这是让传统文化、古代文物活起来的好办法。”陈雷说。

“出圈”彰显民众文化审美提升

一系列创新之举，让曾经并未受广泛关注的河南春晚成功“出圈”。对此，2021河南省春晚执行策划徐娜认为，“出圈”背后反映了民众对文化类产品审美水平的提升。

“文化不是一味地迎合，而是在视



《唐宫夜宴》海报（资料图片）

野、格局、深度上的引领。河南春晚能打出“王炸”，依托的是河南丰富的历史文化资源这副“好牌”。“出圈”的表面是我们在坚持做文化，背后却是寻找文化的观众找到了我们。”徐娜说。

陈雷也坦言，最开心的不是听到别人对节目质量的夸赞，而是听到有人看完节目后，确实想去博物馆转一转。“这恰恰体现了每个人身上的文化自信。这种自信根植在每个中国人的内心，只是需要通过创新手段去唤醒。”

陈雷认为，河南春晚的“出圈”现象，在给予文艺工作者信心的同时，也对当前文艺创作水平提出了更高的要求。选好题材、用好形式、讲好故事，是文化类节目和产品创新的关键。