



2024年春节档:票房创下电影史纪录 一半电影撤档实属罕见

本报记者 李豪悦

2024年春节档带着多项纪录开幕。灯塔数据显示,春节档票房共计80.16亿元,观影人次1.63亿。一边是吸金力度再上一层楼,刷新中国电影春节档多项纪录;另一边是首次出现一半电影宣布撤档,急速退出春节档竞争。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张贺向《证券日报》记者表示,今年春节档比往年多一天,票房刷新纪录也在业内意料之中。这种增速说明去年出现的文娱消费强劲势头有望在2024年延续,文娱市场今年的表现值得期待。

最吸金的春节档

据记者不完全统计,春节档共计8部新片,涉及发行、发行公司60余家,其中上市公司10余家。而与出品(飞驰人生2)的上市公司数量最多,达17家。

此外,春节档8部电影中,中国电影参与出品5部,同时也是票房排名前5的影片;阿里影业参与出品及发行了《热辣滚烫》《飞驰人生2》,同时是《熊出没·逆转时空》的联合出品及发行方,两家公司堪称春节档最大赢家。

从票房成绩来看,《热辣滚烫》《飞驰人生2》《熊出没·逆转时空》分别凭借27.2亿元、24亿元和13.9亿元位列春节档票房前三,票房占比分别达33.8%、29.8%和17.3%。

谈及今年春节档票房的历史性突破,灯塔专业版数据分析师陈晋表示:“今年是春节档口碑最强的一年,8部影片中,4部影片豆瓣评分均在7.9分以上。值得一提的是,今年春节档平均票价仅50元,相较去年春节档52.3元有明显下调,这得益于预售期购票平台的补贴力度较大。而这也令观影成为春节期间极具性价比的娱乐消费选择。”

据记者了解,2018年被各大片方联合限制的“票补”于今年重新回归,19.9元甚至低于19.9元的票价“重出江湖”。春节档上映影片的片方均

通过直播等方式发放“票补”。例如,董宇辉直播间在2月6日卖出了30万张春节档电影的优惠券。

山西运城一家影院经理告诉《证券日报》记者,前两年市场环境不好,春节高价电影引起社会争议,“票补”的重新出现有利于刺激市场,拉动更多观众走进影院。

灯塔数据显示,今年春节档,三、四线城市票房份额突破53.8%,高于去年的50.1%。威海、德州、葫芦岛、张家口、信阳等城市今年春节档票房表现尤为突出。其中,《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》表现优异,票房份额超过52%;《熊出没·逆转时空》票房份额更是超过6成;票房前三影片《热辣滚烫》《飞驰人生2》《熊出没·逆转时空》三人及以上结伴观影占比均超过24%。

“二八效应”明显

据记者不完全统计,春节档共计8部新片,涉及发行、发行公司60余家,其中上市公司10余家。而与出品(飞驰人生2)的上市公司数量最多,达17家。

此外,春节档8部电影中,中国电影参与出品5部,同时也是票房排名前5的影片;阿里影业参与出品及发行了《热辣滚烫》《飞驰人生2》,同时是《熊出没·逆转时空》的联合出品及发行方,两家公司堪称春节档最大赢家。

从票房成绩来看,《热辣滚烫》《飞驰人生2》《熊出没·逆转时空》分别凭借27.2亿元、24亿元和13.9亿元位列春节档票房前三,票房占比分别达33.8%、29.8%和17.3%。

谈及今年春节档票房的历史性突破,灯塔专业版数据分析师陈晋表示:“今年是春节档口碑最强的一年,8部影片中,4部影片豆瓣评分均在7.9分以上。值得一提的是,今年春节档平均票价仅50元,相较去年春节档52.3元有明显下调,这得益于预售期购票平台的补贴力度较大。而这也令观影成为春节期间极具性价比的娱乐消费选择。”

据记者了解,2018年被各大片方联合限制的“票补”于今年重新回归,19.9元甚至低于19.9元的票价“重出江湖”。春节档上映影片的片方均

数字经济发挥“乘数效应” 马连道茶商直播卖货抢抓春节红利

本报记者 谢著琳

马连道位于北京市西城区,总建筑面积约16万平方米,总营业面积约12万平方米,是北方地区最大的茶叶集散地,也是茶及茶相关产品的文化中心,近2000家茶商聚集其中,也被称为“茶叶一条街”。

如今,马连道的新名片更受关注——中国首条数据街。春节期间,《证券日报》记者走访马连道数据街区,见证全力拥抱数字经济的茶产业的新生。

茶商拥抱数字经济

2月14日,农历正月初五,是民间传统的迎财神的日子。凌晨1点,静谧的北京马连道第三区商业街内仍有一家商户亮着灯,站在门外依稀可以听见屋内主播的声音。

这间店铺约180平方米,分为上下两层,一层摆满茶具,二层是一个古朴的茶室,店主北京茗至斋商贸有限公司总经理姚金凤告诉记者,今年春节期间,店里没有休息,每日直播10个小时,抢抓春节直播红利。

这也是姚金凤在北京过的第四个春节,从2019年起,她拓展直播电商领域,如今直播赚到一笔“开门红”。姚金凤透露,春节假期店里当日营业额约1.5万元,比日常高

“数据街”建设大有可为

2023年7月份,北京西城区发布“马连道·茶·中国数据街”规划设计方案。同年12月22日,以“数据驱动 共创未来”为主题的“马连道·数据街”合作发展联盟成立,打造“中国数据产业第一高地”。

北京市西城区政府有关负责人介绍,“马连道·茶·中国数据街”将在推进数字化产业化上持

续发力,夯实街区新型数字基础设施,打造满足数据产业应用需求的高性能通信网络,构建马连道新型数据街。

赛智产业研究院院长赵刚对《证券日报》记者表示,马连道数据街的成立,是西城区把数据资源的优势转化成产业优势的重要战略举措。西城区已经公布了北京首个数据要素发展的支持政策,全面吸引数据要素企业在街区的集聚。这些数据要素型企业将从数据采集、加工、流通、销售和应用等服务,发展数字经济产业。同时,这些数据要素企业将促进数据要素与实体经济的深度融合,带动传统的金融、商业、茶叶等业态的转型升级。

记者走访调查时也发现,一些扎根在马连道的老商户,面对数字化转型仍然存在许多疑问。数据街如何赋能于老茶商们新生命?对此,北京茶业商会副会长、名茶交流专业委员会主任傅勇,首席数字经济专家陈晓华在接受《证券日报》记者采访时表示,在数据街发展与原有商户的关系上,应充分尊重传统商业,采取渐进式改造,让数字经济成果惠及原有商户。例如,鼓励原有商户利用数据技术改造传统业务,或开展线上线下融合的新型商业模式,做强联合实现互利共赢。同时,构建开放共享的数据公共服务平台,汇聚各类开放数据资源,建立数据共享联盟,为数据应用创新提供基础支撑。

“两会会关于召开春节档影片宣传发放映联会观众影评,即“合家欢”或热门剧集剪辑成片成为“香饽饽”。

“撤档的作品中,其实不乏质量高的影片,但的确出现了定档匆忙、宣发弱的问题,很难在其他影片铺天盖地的宣发中被观众注意。”王征表示。

春节档躺着赚钱的时代已过

谢著琳

电影春节档迎来开门红!灯塔数据显示,2024年春节档(2月10日至2月17日)总票房突破80.16亿元,超过2021年的78.43亿元,打破中国电影春节档票房纪录。

复盘今年春节档,可谓是“状况”不断。预售前,“分歧较大,强制排片”引发业内争议。档期尾声,4部电影先后宣布撤档,而档期内新片数量总共才8部,这意味着半数电影选择撤档。

撤档,意味着档期选择的重大失误,作出这一决定需要很大的勇气。一则,前期宣发投入将成为沉没成本,再映时需要重新投入;二则,二次上映电影在排片和口碑方面都会受到较大宣传成本水涨船高,是平时的3倍以上。但《八》《黄》《天》三部影片撤档,意味着档期选择的重大失误,作出这一决定需要很大的勇气。

正因如此,上述4部影片都官宣撤档。其中,《八》《黄》《天》三部影片撤档,意味着档期选择的重大失误,作出这一决定需要很大的勇气。一则,前期宣发投入将成为沉没成本,再映时需要重新投入;二则,二次上映电影在排片和口碑方面都会受到较大宣传成本水涨船高,是平时的3倍以上。但《八》《黄》《天》三部影片撤档,意味着档期选择的重大失误,作出这一决定需要很大的勇气。

显然,对于上述4部电影而言,撤档是无条件之举,原因很简单——排片、票房表现均不及预期。以最先撤档的(我们一起摇太阳)为例,尽管该片在豆瓣评分高达7.9分,但在大年初一上映首日(2月10日)仅拿到7.3%的票房,黄金时段更是只有。直至2月14日(大年初五)宣布撤档时,其排片率已经跌至

市公司数量最多,出品方也出现了上市连锁影院身影。但是,该电影排片在整个春节档不算高,同样选择撤档。

多位业内人士认为,春节档的竞争正在变得越来越复杂,但“观众用脚投票”的定律并未改变。

中环影视总裁、绵阳市电影协会会长王征告诉《证券日报》记者,目前春节档的高票房影片很难反映档期爆款特点和观众观影喜好,即“合家欢”或热门剧集剪辑成片成为“香饽饽”。

“撤档的作品中,其实不乏质量高的影片,但的确出现了定档匆忙、宣发弱的问题,很难在其他影片铺天盖地的宣发中被观众注意。”王征表示。

多位业内人士认为,春节档的竞争正在变得越来越复杂,但“观众用脚投票”的定律并未改变。

中环影视总裁、绵阳市电影协会会长王征告诉《证券日报》记者,目前春节档的高票房影片很难反映档期爆款特点和观众观影喜好,即“合家欢”或热门剧集剪辑成片成为“香饽饽”。

多位业内人士认为,春节档的竞争正在变得越来越复杂,但“观众用脚投票”的定律并未改变。

中环影视总裁、绵阳市电影协会会长王征告诉《证券日报》记者,目前春节档的高票房影片很难反映档期爆款特点和观众观影喜好,即“合家欢”或热门剧集剪辑成片成为“香饽饽”。

店家纷纷推出品牌预制菜 重庆火锅走向“链式发展”

本报记者 郭冀川

重庆这座山城,不仅有独特的地理位置和气候条件,更享有丰富多彩的饮食文化,其中火锅无疑是重庆最具代表性的美食之一。重庆火锅的调料麻辣鲜香,汤底浓郁,给人一种酣畅淋漓的味觉享受。在吃火锅时,大家围坐在一起,边品尝美食,一边交流情感,很巴适(舒服)!

春节期间,《证券日报》记者在重庆走访时发现,许多知名火锅店都推出了自家品牌的火锅预制菜。例如,位于重庆江北观音桥的某火锅店工作人员向记者介绍,他们的预制菜都是源自合作十余年的供应商,主打“店内同款”和“回家即吃”。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛对《证券日报》记者表示,我国预制菜呈现出广东、四川、山东、重庆、北京、河北、福建等区域集中发展的格局。现有的预制菜产品主要有即食食品,即热食品,即烹食品,即配食品等,不仅种类繁多,而且适合不同的消费人群和消费场景。

为火锅供应各类预制菜品的重庆口味食品加工有限公司市场部经理李多向记者介绍,凡是大规模的火锅店,都离不开一家火锅预制菜企业的深度服务,配料更会根据火锅店的菜式独家定制,签订保密协议,肉类按照客户要求腌制冷藏,蔬菜按商家需求洗切装袋保鲜,当天制作当天发货送达。

“这种火锅食材预制供应的好处就是高效,产品有保障,每天供应给火锅店省去了店家人工采购和食材管理成本。”李多介绍,根据店家要求,他们引进新的设备和技术,将这些火锅底料和食材进

一步加工,做成真空包装的预制菜,尤其是年夜饭火锅套餐销售火爆,不仅提升了商家的销售额,更扩大了火锅店的品牌影响力。

引导产业健康发展 街火锅店推出的预制菜,只是重庆预制菜产业链的一个缩影。位于重庆市东北部的垫江平区,已经喊出了打造“中国西部预制菜之都”的口号。

2023年,梁平出台了《预制菜产业原辅料供应基地建设工作方案》。按照规划,到2025年底,梁平将建成预制菜产业原辅料供应基地300个,培育预制菜产业原辅料供应新型农业经营主体,规范发展农业龙头企业100家,合作社与家庭农场1000家,推进预制菜企业产业和产业链上下游配套企业集聚协同发展,农产品加工产值超过300亿元。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛对《证券日报》记者表示,我国预制菜呈现出广东、四川、山东、重庆、北京、河北、福建