

第一！唯一！

江苏成影史首个春节档票房破10亿省份



扫码关注公众号



春节期间电影院人气旺 现代快报/现代+记者 马晶晶 摄

2025 春节档，电影市场人气高涨，“史上最强春节档”点燃观影热情。

根据国家电影专资办数据，2025 年春节档（1 月 28 日—2 月 4 日）全国电影票房 95.1 亿元，观影人次 1.87 亿，创造了新的春节档票房和观影人次纪录。

其中，江苏产出票房 10.01 亿元，全国占比 10.51%；观影人次 1919.51 万，全国占比 10.26%，同比 2024 年春节档分别增长 26.74%、22%。票房、人次全国占比均位居全国第一，刷新江苏省春节档票房纪录（2021 年春节档 8.7 亿元），是 2025 年春节档票房、人次全国占比均突破 10% 的唯一省份，成为春节档票房突破 10 亿元的第一个省份。苏州、南京、无锡票房排名省内前三。

在江苏，影迷们更是对多种类型的春节档电影“雨露均沾”。《哪吒之魔童闹海》《唐探 1900》《封神第二部：战火西岐》《射雕英雄传：侠之大者》《蛟龙行动》单片票房在全国各省票房中均位列榜首。

春节档外，2025 年 1 月，江苏票房同样拿下“全国第一”。

2025 年 1 月 1 日到 1 月 31 日，全国电影总票房 63.62 亿元，总人次达 13521.90 万。其中，江

苏产出票房超 6.60 亿元，观影人次超 1361 万，票房、人次占比均超过 10%，稳居全国第一。

神话、国漫、武侠、悬疑……丰富多彩的题材让春节档的票房一路向好、热闹非凡。

《哪吒之魔童闹海》《封神第二部：战火西岐》等中国神话改编电影更是“神仙打架”，饱含浓浓中国传统文化元素的神话史诗和非遗春节双向奔赴、相得益彰，吸引越来越多观众入场。

1 月 28 日—2 月 4 日，《哪吒之魔童闹海》以超 48 亿元强势领跑，凭借优质口碑和质量，实现断层第一；《唐探 1900》《封神第二部：战火西岐》分别斩获 22.78 亿元和 9.97 亿元的票房成绩，位列档期第二、第三。

春节档虽然结束了，但春节档影片的热度仍在持续。

据猫眼专业版，截至 2 月 5 日 13 时 35 分，2025 年春节档新片总票房已破 100 亿。

2 月 5 日晚，《哪吒之魔童闹海》的累计票房已超 54 亿元，业内预测该片最终票房将超 87 亿元，有望登顶中国电影票房总榜榜首。

春节档影片长尾效应显著，有望带动近期电影市场持续向好。

现代快报/现代+记者 丁梦莎 张文颖

《哪吒2》中土拨鼠的配音竟是导演李靖的配音是“海绵宝宝”



饺子参与《哪吒2》配音 你能猜到是什么角色吗？

饺子配音鼠老大 (以此可以窥见哭)

导演饺子为鼠老大配音 图源：《哪吒2》官方账号

国产动画电影《哪吒之魔童闹海》(简称《哪吒2》)持续走红，截至 2 月 5 日晚，票房已突破 54 亿元。随着电影的爆火，其幕后的配音演员也走入大众视野。

2 月 5 日上午，《哪吒2》的官方账号发视频揭秘：导演饺子也参与了配音。电影当中，土拨鼠的领袖即“鼠老大”被哪吒暴揍后的哭声，就是饺子配音的。在配音演员工作时，饺子也多次亲自上阵，为配音工作提出意见。

据悉，《哪吒2》中多位角色的配音演员都是大家耳熟能详的名字。李靖的配音演员名叫陈浩，他曾为叶问、海绵宝宝等经典角色配音；少年哪吒的配音演员名叫周森瑟夫，他曾为游戏《王者荣耀》中的嬴政配音；殷夫人的配音演员名叫绿绮，她曾为游戏《明日方舟》中的嵯峨配音。

幼年哪吒的配音演员吕艳婷在接受采访时说道：“我们配音演员在进棚前是看不到剧本的，

因为哪吒这部电影的特殊性，导演对剧本是高度保密的，内容是没有提前沟通的，所有的创作都是到了录音棚以后直接进棚、看稿件、开始录制，而且看稿件也是只看得到自己的词和上下几句对手戏的词，需要在短时间内理解到导演的意思，用角色该有的状态把它表现出来。为哪吒配音的工作量很大，我还需要提前吃吃中药、补补气血，因为哪吒是一个情绪波动、情绪张力很大的状态，需要在棚里一直保持高能量，配音一天下来精气神消耗巨大。”

陈浩也表示：“这是一个充满快乐、充满创造热情的艺术创作过程。但除了艺术创作本身，饺子他们的制作团队经历了长达几年的非常枯燥的制作生产过程，所以最辛苦的是他们。我们配音演员更多的是在享受这个创作的过程。”

据封面新闻、极目新闻、红星新闻等

电影IP玩起了“联联看”
哪吒周边火到一“吒”难求

你买到《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)的盲盒手办了吗？2 月 5 日，电影《哪吒2》票房突破 54 亿元，随着影片热映，其多款电影周边产品也火了起来，不少产品断货，可谓是一“吒”难求！现代快报记者梳理发现，今年春节档 6 部电影联名品牌多达 30 多个，涉及生活用品、文创、潮玩、服装、黄金珠宝、汽车、数码等多个品类，随着国产 IP 崛起，品牌效应已开始逐步显现。

实习生 周海洋 现代快报/现代+记者 杨晓冬 刘赞



“哪吒骑猪”爆米花桶 受访者供图

哪吒盲盒售罄，预计5月才能发货 网络截图

盲盒发售当天就售罄，“哪吒”同款销售热

“完全没想到这么火爆，我想买的时候很多周边已经售罄了，就连盲盒的预售时间都已经排到今年 5 月了。”小蕊(化名)是电影《哪吒2》的忠实粉丝，已经二刷电影的她还觉得不过瘾，于是便在网上搜索相关周边产品，结果发现很多产品都卖光了。由于没能买到心仪的周边，小蕊想到可以找厂家定制，“我很喜欢电影中的‘结界兽’，如果做成徽章或者亚克力摆件一定很可爱。”

“发售当天就售罄了，目前还不不确定什么时候能补货，可以在小程序上预约到货通知。”2 月 5 日，现代快报记者来到南京新街口一家潮玩门店，不少消费者前来咨询电影《哪吒2》的周边盲盒，但都失望而归。有人抱怨称：“实在太火了，跑了好几家门店都没有，真是线上线下都断货。”

除了手办、挂件等装饰性周边，《哪吒2》还衍生出爆米花桶、水杯、围巾等实用性周边，同样非常受欢迎，很多地区甚至一“桶”难求。

近日，网友小博文发文庆祝自己买到了西安某影院的最后三个“哪吒骑猪”爆米花桶。小博文在文章中表示，她无意间在社交平台看到有人说爆米花桶还有货，于是她一大早就开车赶到影院，“就剩最后三个了，直接 All in(全入手)！正好送给家里小朋友一人一个。”

此外，记者还注意到，火尖枪摆件、乾坤圈手镯、丸子头假发等“哪吒”同款在网上同样销售火热。以哪吒同款服装为例，记者随意点击进入商品链接，其页面显示 24 小时内 87 人已购买、超 3000 人加购。毕竟，谁不想要一个可可爱爱的“小哪吒”呢！

跨界“联联看”，国产IP崛起

2025 年春节档电影上演“神仙打架”，而银幕之外的消费“战场”也十分热闹，电影 IP 与各路品牌联名，掀起新的消费热潮。记者梳理发现，今年春节档 6 部电影联名品牌多达 30 多个，涉及生活用品、文创、潮玩、服装、黄金珠宝、汽车、数码等多个品类。

老庙黄金与《封神2》合作，推出联名首饰，收到不少网友好评。据悉，联名首饰设计灵感取自主要角色姬发、邓婊玉的经典服饰元素与商周传统纹样，与热映电影遥相呼应，凭借中式美学，戳中了不少消费者的“心巴”。

不仅如此，高梵、BOSS 博斯推出了《封神2》联名服饰，邀请“质子团”拍摄广告大片；集卡社与《哪吒2》携手，推出电影收藏卡；长城汽车旗下的坦克品牌与《哪吒2》、极狐与《封神2》、东风猛士与《蛟龙行动》，这些汽车品牌与电影 IP 携手，无疑让春节档联名产品变得愈发“硬核”。

近年来，国产 IP 崛起，品牌效应初显。2025 年春节档电影数量虽不算多，但均为国产 IP 电影，其中包括射雕 IP 下的《射雕英雄传：侠之大者》、唐探 IP 下的《唐探 1900》，以及人气作品的续作《哪吒之魔童闹海》《蛟龙行动》《封神第二部：战火西岐》《熊出没·重启未来》。在银河证券看来，本次春节档票房的亮眼表现与观众对这些 IP 的高度认可密切相关。高价值 IP 的电影续作不断推进，将激励更多新的优秀 IP 涌现，有望赋能整个电影 IP 及周边的授权、衍生、开发系列产业链，国产电影的 IP 品牌效应已经初步显现。



扫码看视频