

惠民活动助力，“后春节档”持续火热

2025年电影春节档以档期内95.10亿元的票房创下历史纪录，在春节假期结束后，电影市场热度不减，从一线城市到县镇电影院里，依然有大批观众前来观影。

春节假期后，电影市场火势不减

日前网络平台公布了2025年春节档的十大票仓城市。上海、北京、成都、重庆、广州占据城市票房前5名，深圳、苏州、杭州、武汉、西安紧随其后。

其中，排名全国第三的成都，在春节档期间有超过458万人次涌入电影院观影，票房收入超2.18亿元，较2024年同期增长45%，创下成都春节档电影票房历史新高。

春节假期过后，记者走访了成都的几家电影院，发现当晚两个影院的各个放映厅内几乎座无虚席。

城市影院里人潮如织，县镇电影院里同样热闹非凡。在江西省九江市德安县的某影城内，记者看到，虽然春节假期已经结束，但购票大厅仍人来人往。

据工作人员介绍，从正月初一到初十，该影院日均接待观众超过2000人次，单日综合票房最高达11万元，6个影厅全天候开放，日排片达34场次，最晚场次排至凌晨，热门时段还需提前订票。

惠民活动助力电影市场“旺季更旺”

春节档观影热潮的出现，除了观众观影热情空前高涨，也离不开国家电影局等相关单位推出的“跨年贺岁 喜迎新春——全国电影惠民消费季”等活动的助力。各地推出的观影消费券，有效延长了文化消费周期，实现“旺季更旺”“淡季不淡”。

本次“跨年贺岁 喜迎新春——全国电影惠民消费季”活动，覆盖了贺岁、元旦、春节等重要电影档期，惠及全国电影观众。

其中，北京市在消费季期间投入3300万元观影补贴，推出“电影院里过大年——2025年新春观影惠民活动”，覆盖全市300余家营业影院。

1月24日，绍兴首轮首场3万张“光影古城”电影消费券在线上发放，在25秒时间内即被抢完。随后两天，第二场发放的6万张电影消费券不到10秒也被全部抢完。

据统计，2025年春节档期间，浙江绍兴的影院票房共计5419.41万元，观影人次达109.65万人次，累计播出场次达2.07万场，影院票房同比增长34.94%，观影人数同比增长30.06%。

此外，第二轮电影消费券于2月10日至12日发放，通过在时间安排上采取“错峰发放”策略，巧妙衔接春节前后的观影需求，提高资金使用效率。

电影市场持续释放消费活力

除了观影消费券，各地还出台了形式多样的电影消费措施，通过“电影+”的方式，带动周边消费，助力电影市场持续释放消费活力。

由国家电影局、商务部共同主办的“跟着电影品美食”活动，在春节前夕正式启动。全国各地的影院和餐饮企业纷纷联动起来，推出优惠活动，各类“跟着电影品美食”的优惠券、套餐券不仅有效拉动了餐饮销售，也大幅提升了附近影院的观影人数。

据了解，春节档结束后，2025年“跟着电影品美食”还将持续拓展，持续为电影市场注入活力。

此外，各地还结合当地特色，推出了更多“电影+”联动活动，拓展电影消费新业态。

浙江省绍兴市委宣传部文化事业发展处处长图雅表示，将持续地推出像青年电影周、大学生电影季等丰富的电影主题活动，旨在让更多人享受到优质的电影服务，提升市民的精神文化需求满足感，并进一步激活文旅消费市场。

成都市委宣传部影视发展处处长李雨桐谈道，成都市积极开展“公益电影进影院”“跟着电影品美食”等特色活动，通过补贴、优惠、公益电影放映等方式培养市民观影习惯，持续促进消费活力。

据央视新闻

年代剧《六姊妹》创收视佳绩 女性群像折射时代变迁



《六姊妹》剧照

央视年代剧《六姊妹》开播一周创下中国视听大数据(CVB)收视佳绩，1-8集平均收视3.531%，峰值达4.734%。该剧由楼健执导，梅婷、陆毅等主演，以淮南何家六姊妹的成长为主线，串联起1960年代至千禧年的家庭史诗，展现普通百姓生活变迁。

该片艺术总监、总制片人杨晓培表示，“我们力图用这个故事让年轻的观众感受到安心，把那些时光的力量、故事的能量都加持在他们自己身上。”

在古偶、仙侠题材式微的当下，《六姊妹》延续《人世间》《父母爱情》等年代剧的成功路径，以1962年何家奶奶何文氏(奚美娟 饰)携孙女投奔儿子开篇。何

常胜(刘钧 饰)执着“生男丁”却连得六女，长女何家丽(梅婷 饰)剪发代子撑起家门，戏剧冲突直指传统观念桎梏。

剧集通过何家求子不得的困境，铺陈六姊妹从“被嫌弃的女儿”到“家庭顶梁柱”的成长弧光。

作为市场少见的女性群像年代剧，《六姊妹》塑造了几代鲜活女性图谱。比如剧中的奶奶何文氏有大智慧，以温和的方式凝聚着家庭成员；长姐何家丽展现出超出年龄的成熟与担当，逐渐成长为家庭的顶梁柱……剧集通过平实细腻的女性视角，让观众感受到了岁月变迁中女性观念的蝶变和成长的多维路径。

据红星新闻

登高“晒霉”闹元宵

南京高淳“民俗+”激发文旅新活力

又是一年元宵到，正是登高“晒霉”时！2月11日，南京高淳游子山“晒霉”节如期而至。来自四面八方的市民、游客齐聚游子山下，徒步登顶游子山，体验“晒霉”祈福这一在高淳流传数百年的民俗。近年来，高淳将传统文化与现代旅游相结合，为游客带来了更加丰富多元的旅游体验。2025年春节期间，全区累计接待游客约67万人次，同比增长19.6%。

通讯员 诸德界 赵思婷
现代快报/现代+记者 杨晓冬



沉浸式祈福仪式



百米“长街宴”热闹非凡 通讯员供图

10万人登高“晒霉”闹元宵

国风巡游、财神送宝、非遗体验……来到游子山下，一股热闹气息扑面而来。现代快报记者了解到，今年游子山“晒霉”节，在延续传统仪式的同时，融合了民俗巡游、市集互动、沉浸式演绎等创新体验，为市民、游客打造了一场别具一格的节庆盛宴。

“哇！好多人，好热闹啊！”人群里，身着华服的“天官”与“财神”带着巡游队伍穿行而过，不断与登山“晒霉”的居民、游客互动，为大家送上元宝、福字贴等小礼物；伴随着欢快的锣鼓节奏，马灯队伍翩翩起舞，凭借着华丽的造型、轻快灵动的舞步，高淳非遗“大马灯”巡游演出引得大家驻足围观；香味扑鼻的地道高淳小吃，琳琅满目的民俗手工艺品、特色文创产品，游子山脚下的“晒霉”市集成为不少市民、游客“逛吃”首选。

“‘晒霉’活动从正月十四持续到正月十六，预计三天内将有近10万人登山。”游子山相关负责人介绍，近年来，高淳依托丰富的历史文化资源，积极打造“晒霉祈福”文化IP，并将其与国际慢城理念相结合，推出了一系列具有地方特色的节庆活动。今年“晒霉”节进一步挖掘本地民俗精髓，通过沉浸式演绎、互动巡游、文创开发等方式，让传统文化在现代旅游体验中焕发新生机。

吃村宴看村晚，“非遗年”看“高淳味儿”

作为申遗成功后的首个春节，在多场民俗活动的映衬下，高淳的“年味儿”更浓了。

“这才是真正的年味儿！既有传统韵味，又有新气象。”春节期间，桧溪慢城村晚把高淳非遗与年俗文化相结合进行展演，从跳五猖、舞狮的雄壮气势到鱼灯巡游的柔美雅

致，从大马灯的灵动别致到打铁花的绚烂夺目，吸引无数游客“留”在高淳。初二到初五期间，慢城集团旗下4家酒店、民宿200余间房间全部爆满，一“房”难求。

百余张木桌一字排开，数百米的“长街宴”热闹非凡。地道的高淳美食铺满桌面，游客围坐桌边推杯换盏，交织出一幅烟火味十足的画面，年味十足。江苏高淳国际慢城集团相关负责人表示，推出高淳慢城村宴，旨在打造具有高淳代表性、独特性和常态化的文旅产品，将高淳的民俗文化、年味氛围与慢城生活理念相结合，为游客提供一场集美食、民俗文化、休闲娱乐、沉浸式互动于一体的文旅盛宴。

除此之外，高淳老街、游子山、慢城村宴等蛇年新春活动现场，还通过多个新媒体平台，海内外同步直播，进一步展现高淳地方民俗、特产美食、非遗特色，带领观众沉浸式感受别具风格的慢城春节，向全球观众推

介高淳。2025年春节期间，高淳累计接待游客约67万人次，同比增长19.6%，由旅游带动的消费收入约2.88亿元，同比增长2.86%。其中，高淳国际慢城各景区共接待游客23.7万人次，同比增长10.7%。

“民俗+”激发文旅新活力

近年来，体验民俗文化、非遗项目已经成为全国旅游市场的新亮点，各地通过将传统民俗与现代旅游相结合，吸引越来越多年轻人前来体验。

大马灯、高腔戏、舞龙……一场场民俗表演，不仅展示了高淳独特的文化魅力，更让游客在参与中感受到传统文化的温度和深度。通过“民俗+”的创新模式，高淳将传统文化与现代旅游相结合，为游客带来了更加丰富多元的旅游体验，进一步激发了文旅产业的新活力。2024年，高淳全年旅游总收入209.05亿元，同比增长13.12%，累计接待游客1640.1万人次，同比增

长10.1%；全区近100个自然村开展舞龙等民俗活动，累计吸引周边省市游客和本地市民超200万人次。

不仅如此，高淳还坚持以文化为动力、以体育为引领，结合各镇街不同文化底蕴，打造“淳文·四季”“淳BA”等群众文体活动品牌，全年组织开展文化活动448场，指导镇村举办各类文化活动超2000场。

从古色古香的历史街区到风景如画的自然风光，从热闹非凡的体育赛事到人气火爆的民俗活动，高淳以丰富多样文体旅活动，进一步激发消费潜力，为区域经济注入了强劲动力。随着越来越多的民俗项目走进大众视野，高淳将继续围绕民俗文化、非遗项目等元素，推动文旅产业向着重品质、重融合、重场景的方向转型升级，进一步擦亮高淳文旅金字招牌，让游客在非遗的世界里探寻历史的脉络，在创新的消费场景中感受现代的活力，共同开启一场精彩的文化之旅。