

喜劇雲集觀眾笑着過年 法理人情引發社會共鳴

內地春節票房破80億 再創新紀錄

2024年內地電影春節檔，高質量國產影片集中上映，銀幕前充盈掌聲歡笑聲，票房也迎來「開門紅」。截至2月17日21時，2024年春節檔票房突破80億元（人民幣，下同），先後超過2023年春節檔67.66億元和2021年春節檔78.43億元的票房，創內地影史春節檔票房新紀錄。《熱辣滾燙》《飛馳人生2》《熊出沒·逆轉時空》《第二十條》位列票房榜前四位。其中，張藝謀導演的《第二十條》講述關於「正當防衛」法條背後法理人情引發熱議。專家表示，龍年內地春節檔9部影片中5部都具喜劇屬性，讓觀眾「笑着過年」；不少影片着眼於個人奮鬥、職場困惑等社會熱點話題，觀眾更容易產生共情共鳴。

大公報記者 張帥



▲山西太原民眾在電影院觀看春節檔電影《飛馳人生2》。中新社

◀內地三四線城市成為今年春節票房主要貢獻者，佔比逾半。圖為在貴州省仁懷市烽禾影城，市民從春節檔電影宣傳海報前經過。新華社



「在《熱辣滾燙》的前進道路上學會愛自己，跟着《飛馳人生2》感受一場極速之旅，理解《第二十條》為公平正義勇敢發聲，從《我們一起搖太陽》中向陽而生。」今年春節，多部國產電影贏得不錯口碑。票務大數據顯示，三四線城市的居民成為電影消費主力軍，佔總票房的份額超過一半，「家庭觀影」的比例同樣增長明顯。燈塔專業版數據分析師陳晉表示，春節檔破紀錄的強勢表現為龍年電影市場開了好頭，期待良好的口碑能夠促進更多觀眾成為電影院的「回頭客」。

票房現兩極分化 4片撤檔

中國電影評論學會秘書長胡建禮指出，今年春節檔票房兩極分化較嚴重。在激烈的競爭環境下，除領跑票房榜的《熱辣滾燙》、《飛馳人生2》、《熊出沒·逆轉時空》和《第二十條》外，包括《我們一起搖太陽》《紅毯先生》《黃貔：天降財神》《八戒之天蓬下界》等四部電影因影院排片率較低、票房不理想，在春節檔尾聲宣布撤檔。

中國電影評論學會會長、中國電影家協會原秘書長饒曙光對大公報指出，近年春節檔高票房電影幾乎都洋溢着「闔家歡」的喜劇內核。今年，9部國產新片春節上映，其中5部有明顯的喜劇標籤，「觀眾在春節檔還是喜歡這種『闔家歡』式的喜劇影片，片中笑點一個接着一個，讓觀眾『笑着過年』。」

一個，讓觀眾「笑着過年」。饒曙光還表示，相比往年，今年春節檔則更關注個人奮鬥、職場困惑等社會熱點話題，讓觀眾更容易產生共情。

最高檢：張藝謀新作貼近生活

這其中，位列票房榜第四位的張藝謀導演新作《第二十條》，片名取自中國刑法「第二十條」，講述關於「正當防衛」法條背後法理人情。

參與影片策劃、製作的最高人民檢察院影視中心製片人張婷婷介紹，電影參考了昆山反殺案等真實案例，以鮮活的現實題材故事展示刑法關於「正當防衛」法條背後法理人情，「在創作之初，就是想弘揚『法不能向不法讓步』理念，激活沉睡的法條，制止不法侵害，弘揚正義和見義勇為精神。」

電影上映後，最高人民檢察院連發兩篇影評，稱司法作為維護社會公平正義的最後一道防線，如果失守，失去的可能就是民心。慶幸的是，正因為有韓明等一批檢察官、警官堅守初心，最終使得正義得以伸張，惡行得到懲處，「法律不是冰冷的邏輯，法律是公道自在人心」，並評價影片「不僅是一部法律題材的電影，更是一部屬於每個人的生活片」。

近年內地春節檔電影票房Top3

單位：人民幣 *截至2月17日晚20時

2024年

- 《熱辣滾燙》27.78億元
- 《飛馳人生2》24.47億元
- 《熊出沒·逆轉時空》14.32億元



2023年

- 《滿江紅》25.96億元
- 《流浪地球2》21.55億元
- 《熊出沒·伴我「熊心」》7.47億元



2022年

- 《長津湖之水門橋》25.28億元
- 《這個殺手不太冷靜》13.87億元
- 《奇跡·笨小孩》6.67億元



大公報記者張帥整理

第三新阿青：賈玲的《熱辣滾燙》給我留下深刻的印象，看着一個喜劇角色練成渾身腱子肉，還是挺震撼的。

Anne-劉敏：看完《紅毯先生》我只能說，春節這個時間不太適合這種非合家歡的作品。

濟海東路的陽光：我覺得《第二十條》是一部被低估的電影，看電影學法律常識，很有教育意義！

姐又改個名：最初對《熱辣滾燙》沒抱很大希望，結果超越期待，非常感動和治癒。每一個普通的女性，都可以活出自己的一片天。

東方既白1001：百花齊放才是春，電影院排片還是得給小眾題材留點喘氣空間啊，《搖太陽》和《紅毯先生》還是挺不錯的。

賀歲檔源自香港 看電影成新年俗

記者手記

今天內地觀眾常說的「春節檔」屬於「賀歲檔」電影的一部分，而賀歲檔最早來自於香港電影市場，1995年，港片《紅番區》作為首部正式引進內地的賀歲片獲得成功，此後由馮小剛的《甲方乙方》於1997年正式開啟了內地影片賀歲檔的序幕，近年《你好，李煥英》《流浪地球2》《滿江紅》等類型各異的影片，更是「精準」選擇在放假團圓的春節推出，憑精彩的劇情、出色的演員表現以及精良的製作水準成功吸引了觀眾的目光，將春節檔打造成了名副其實的電影「黃金檔」。

大公報記者注意到，春節期間，內地電影院許多場次的座位都被提前預定，檢票口經常排起長龍。而為滿足民眾的觀影需求，電影院開足馬力，盡量延長營業時間，增加排片量。

「每年春節檔都有一些笑聲多、口碑好的電影上映，非常適合與家人、朋友一起觀看，這比大家窩在家中打麻將要有意義得多。」

在走親訪友、長短途遊的傳統年俗外，看電影顯然已成為內地居民必不可少的假日精神消遣和春節假期生活不可或缺的一部分。與親朋好友看一場電影享受團聚時刻，放鬆心情，年味兒更加濃郁。

大公報記者張帥



◀山東濟南觀眾排隊檢票入場欣賞春節檔影片。

《紅毯先生》另闢「喜」徑 香港上映存變數

獨樹一幟

今年內地春節檔影片中，由寧浩執導、劉德華主演的《紅毯先生》，是一部充滿荒誕現實氣質的黑色幽默喜劇，其以影視行業為題材，講述由劉德華飾演的香港天王巨星劉偉馳為了重新「翻紅」，與內地某大導演合作拍攝影片的故事。明星人設造假、電影節評獎的「潛規則」、資方干預創作，《紅毯先生》在內容上另闢「喜」徑，雖然贏得口碑但票房成績卻不佳。至於《紅毯先生》在香港會否於2月29日如期上映，劉德華公司回應表示「一切看發行方的決定」。

「我從影42年了，沒有看過一部電影是這樣，它呈現出一個完全不一樣的。」劉德華接受採訪表示。在《紅毯先生》裏，觀眾可以看到一些熟悉的香港元素，如模仿金像獎頒獎典禮的場景。雖然票房欠佳，但多數看過電影的觀眾都打出不低的評分。

中國電影評論學會會長、中國電影家協會原秘書長饒曙光分析，《紅毯先生》比較偏於個人表達，想展現的東西太多，既有溝通困境，又有真相追求，以及對影視行業的揭露，觀眾很難看出劇情想要表達的內容是什麼。但仔細看，能夠看出這是一部有意味的電影。

大公報記者張帥、陳惠芳

南北「互換過年」 春節逾23億人次出遊

雙向奔赴

這個春節假期，內地文旅行業迎來新一波熱潮。來自2024年綜合運輸春運工作專班的數據顯示，2月10日-17日（農曆正月初一至初八），全社會跨區域人員流動量預計累計超23億人次。多家在線旅遊平台17日發布報告顯示，這個假期，國內遊、出境遊、入境遊多點開花，同比均大幅增長，多項指標均超2019年同期水平。其中，攜程數據顯示，春節假期，國內景區門票訂單同比增長超6成，境外景區門票訂單較2019年增長超130%。

攜程17日發布的《2024龍年春節旅行報告》顯示，春節假期，跨省遊訂單佔比57%。南方人去北方看雪、北方人去南方避寒的南北互換當屬一大特色。來自飛豬的統計顯示，飛往廣東、海南、福建等南方地區溫暖過年的「避寒遊」，以及飛往黑龍江、吉林、河北等北方地區的「過雪年」最為火爆，預訂量同比去年增長105%。馬蜂窩大數據顯示，春節假期期間，長途旅行相關訂單佔比超過65%，超70%遊客遊玩4天以上，遊玩6天以上的遊客佔比達37.7%。

攜程報告還顯示，隨着一系列入境遊便利化政策的出爐，今年春節中外遊客「雙向奔赴」，出境遊、入境遊訂單均超過2019年同期，尤其入境遊較2019年增長48%。報告認為，這預示着2024年從春節開始，出境遊、入境遊有望進入加速復甦新通道。去哪兒平台發布的報告亦顯示，春節假期，包括非洲的埃塞俄比亞、馬達加斯加；南美洲的烏拉圭；歐洲的立陶宛、摩納哥、馬耳他等在內的全球115個國家都有中國遊客的足跡。

大公報記者江鑫嫻



◀2月14日，民間藝人在洛陽市鐵花。2024隋唐洛陽文化廟會上表演打鐵花。新華社