

新片充足 类型丰富 仪式感强

6.6 亿元，新年电影市场开门红

《小小的我》《误杀3》领跑、一众新片助推，刚刚过去的跨年元旦档电影票房喜人。截至昨天19时40分，跨年档总票房突破6.6亿元，2025年电影市场迎来开门红。

跨年元旦档共有6部新片上映，其中爱情片《“骗骗”喜欢你》、喜剧片《窗前明月，咣！》选在2024年12月31日上映，主攻跨年；动画电影《帕丁顿熊3：秘鲁大冒险》选在2025年1月1日上映，主打合家欢。此外，《小小的我》《误判》《名侦探柯南：迷宫的十字路口》《误杀3》等影片也在跨年元旦档热映。从数量、阵容和类型上看，档期新片供应充足，涵盖不同类型，满足多样需求。

《小小的我》易烱千玺颠覆形象

今年的元旦假期只有1天，多部新片选择在假期前的周末上映，为跨年元旦档提前造势，反而形成了长达6天的观影热潮。

上周五，《小小的我》以超57%的票房占比强势领跑大盘，并在上映次日继续夺得票房冠军。上周六亮相的《误杀3》凭借系列前两部收获的观众基础表



《小小的我》剧照。

现抢眼，单日票房占比紧追《小小的我》。在这两部影片的带动下，上周六全国电影总票房达2.28亿元，单日大盘在2024年10月26日后首次重回2亿元。

《小小的我》中，易烱千玺颠覆形象饰演一位脑瘫患者，成为影片最大看点，他忘情投入的表演也获得很多观众的肯定。不过，影片口碑仍存在争议：有观众认为这部作品充满人文关怀，用细腻视角带领观众走进脑瘫患者的生活；也有观众认为影片对脑瘫群体的刻画停留在表面，尚有一些失真悬浮之处。截至昨天，该片票房已突破4.6亿元。

《误杀3》延续了系列核心班底，仍由陈思诚监制、肖央主演，导演则换成青年导演甘剑宇。和前两部类似，故事依旧围绕“救孩子”展开，在悬疑氛围中刻画亲情羁绊，主打层层反转。但不少观众评价，影片情节逻辑漏洞太多，所谓的反转缺乏铺垫，不如此前的《误杀》《消失的她》。

“樱花雨场”提供跨年仪式感

随着日本歌手仓木麻衣演唱的歌曲《时过境迁～在落花纷飞的街道上～》响起，“樱花雨”从影厅高处洒落，观众在浪漫唯美的氛围中告别2024年、迎来2025年……凭借“樱花雨场”的创新营销方式，动画电影《名侦探柯南：迷宫的十字路口》以2641.6万元的成绩摘得跨年场（影片2024年12月31日开场、2025年1月1日结束的场次）票房冠军，为观众提供满满跨年仪式感和氛围感。

作为柯南早期剧场版电影的代表，该片2003年在日本首映，此次是首次登陆国内院线。这部剧场版以唯美画风著称，融合纯正刺激的本格推理剧情，诠释了动画主要角色间的浪漫纯爱，是一众粉丝心中“白月光”级别的作品。



《误杀3》海报。

品。

一部20多年前的老片，能凭借“樱花雨”成为观众的跨年首选，再次说明了电影营销和仪式感营造的重要性。前有《一闪一闪亮晶晶》的“下雪场”，后有名侦探柯南的“樱花雨场”，在大众娱乐活动愈加丰富、短视频观影占比越来越重的当下，影院要想吸引更多观众，必须要在无可取代的现场效果上多做文章。

两部新片降价吸引观众

《窗前明月，咣！》《“骗骗”喜欢你》《帕丁顿熊3：秘鲁大冒险》三部影片各有所长，为观影提供了更丰富的选择。费翔、马东锡、宋小宝三位看似“八竿子打不着”的演员聚在一起演喜剧，是《窗前明月，咣！》的一大看点。影片改编自英国编剧雷·库尼的话剧《窗户上的尸体》，故事围绕一场被意外打断的酒店秘密约会展开。然而，影片剧情有点混乱，改编后仍有些“水土不服”。

截至1月1日，《“骗骗”喜欢你》累计票房已达1.4亿元，充分说明跨年元

旦档少不了浪漫爱情片。该片由《孤注一掷》中受到许多人喜爱的孙阳和金晨主演，两人“二搭”火花依旧，但翻拍自泰国电影《恋爱局中局》的影片，在本土化上做得明显不够，情节展开突兀荒诞，被不少观众评价为一部“由短视频连成的电影”。

《帕丁顿熊3：秘鲁大冒险》在制作上依旧精良，这只风靡全球的小熊也的确可爱，轻松温馨的氛围很适合家庭观影。只不过影片这次把故事搬到秘鲁，丢失了前两部最有代表性的英伦风格，好莱坞式的冒险剧情也显得缺乏创新，反而没有前两部在情感上的质朴动人。

值得注意的是，1月1日，《“骗骗”喜欢你》和将于1月3日上映的影片《火锅艺术家》下调最低发行价至19.9元。近几年一直有观众反映电影票价偏高，两部影片是否能通过降价收获更多观众，很快可见分晓。

2025年恰逢世界电影诞生130周年、中国电影诞生120周年，跨年元旦档结束后，中国电影市场即将迎来一年一度最重磅的春节档，票房大战即将打响。据北京日报

面对“倍速追剧”，长剧如何兼顾叫好又叫座？

银发综艺将成为下一个爆款领域？

“因为大多数观众可能习惯于看古装剧要用两倍速，所以我们这次主动‘去水’，提高了主创说台词的语速。”在新浪潮论坛，制片人张莹颖以热播剧集《九重紫》为例，跟在场嘉宾、网友们分享了主创们的创作经验。

回望2024年，娱乐产业蓬勃发展的同时面临诸多挑战与变革。近日，新浪潮论坛年终特别场在京举办，来自明星、剧集、综艺、演出、音乐、电影多个领域的资深人士展开深度对话与交流，共同剖析现状，探寻未来发展路径。在新浪潮论坛剧集篇，多位主创聚焦“剧集市场如何兼顾‘叫好’和‘叫座’”这一主题展开了讨论。

2024年的剧集市场呈现出多元化的发展趋势，观众的审美和观剧态度也在悄然变化，如何在播出期留住观众关注，播后期拉动长尾效应，成为了创作者们必须面对的问题。优酷闪烁工作室总经理、《新生》监制权香兰认为，真正能够破圈的作品往往是那些既有创意又具备高品质的精品剧集，它们不仅吸引了大量新的观众群体，还在一定程度上改变了人们观看影视剧的习惯，“快”成为了许多创作者追求的目标之一。

然而，在追求速度的同时保持内容的质量却并非易事。嘉宾们一致认为，剧集的快节奏实际上是剧集应该去水，观众要求的是情节的烈度、情感的浓度和叙事的深度。芒果TV签约导演、《灿烂的风和海》总导演李漠强调，技术层面的节奏应该是长短相较、快慢向行，像心电图一样有律动，打到观众的点；而在情感表达方面，则需要更加细腻地刻画人物内心世界，使观众能够在短时间内产生共鸣。耀客文化花溪工作室总经理、《九重紫》制片人张莹颖则以《九重紫》为例，向大家分享如何用张弛有度的表现手法让整部剧生动有趣。

兴格传媒董事长、上海影视制作业协会会长、《城中之城》出品人、总制片人杨文红补充道，心理层面的快节奏同样重要，即每一个事件的发生都应推动着人物关系的变化，从而让整个剧情更具吸引力。此外，她强调，真诚和创新是剧集创作的关键。剧集的故事内核必须强，故事必须饱满，创作者必须真诚地相信故事，并进行创新，才能实现剧集的叫座效果。

除了内容本身外，有效的宣传推广也是决定一部剧能否成为爆款的重要因素之一。微博台网业务总经理伯莉

总结道，如今观众不再满足于单纯地观看电视剧，而是希望能够参与到其中，成为故事的一部分。例如，《灿烂的风和海》开展了一系列线上线下相结合的宣传活动，不仅增强了粉丝黏性，也为后续的口碑发酵奠定了良好基础；《新生》剧组通过及时回应网友反馈并发布相关短视频内容，有效提升了用户的参与感和满意度。

除剧集外，2024年，音综、恋综、素人职场综艺等各个领域的综艺也为观众带来了丰富的视听盛宴。其中，综N代作为综艺市场的中流砥柱再次扛起大旗。在新浪潮论坛综艺篇论坛中，嘉宾们聚焦“综N代扛起流量大旗，IP增值有哪些新解法？”这一主题分享了经验和见解。

随着综艺市场不断回暖，观众审美疲劳问题逐渐显现。面对市场上层出不穷的新节目形态，《我家那闺女》《我家那小子》系列凭借真实且贴近生活的风格赢得了好评，制片人王鹏飞提到，观察室里的人物关系是其他类型节目无法复制的优势。优酷人文总经理、《圆桌派》系列总制片人王晓楠认为，《圆桌派》系列正是通过深度对话激发共鸣，开放式的讨论方式使得节目更具

吸引力，同时也为文化类内容带来了新的发展思路。

针对综N代如何实现商业层面的“一鱼多吃”这一问题，几位嘉宾提出了各自的看法。腾讯在线视频天晴工作室负责人徐晴指出，《令人心动的offer》系列通过深入特定领域（如香港律政界），不仅提升了节目本身的质感，也为后续衍生开发提供了更多可能性；而优酷《怦然心动20岁》系列总导演戴维则透露，《怦然心动20岁》除了继续深耕恋爱主题外，还将尝试推出围绕毕业生群体展开的新项目，旨在进一步拓展受众范围并强化品牌影响力。

与会嘉宾普遍认为，综艺行业将继续在内容创新和商业赋能上发力。戴维表示，《怦然心动20岁》团队决定暂停一年，以确保节目的质量和价值观，团队将重点关注一档OST主题的音综节目；王鹏飞则分享了《元气满满的哥哥》的重启计划；王晓楠透露，《圆桌派》第八季和类似《十三邀》的新节目正在筹备中；徐晴则预测银发综艺将成为下一个爆款领域，她认为，随着社会对中老年群体的关注增加，这一领域将迎来爆发期。

据中新社电