

蛇年春节电影市场叫好又叫座——

7天超1000万



本报记者 陈海玲

春节期间,约上家人好友走入影院,

通过观影庆祝佳节、放松心情,已成了春节的“新民俗”。作为每年万众期待的电影盛宴之一,春节档总是会给观众带来不少惊喜。其中五部电影有口碑、票房双丰收的前作奠基,唯一没有前作的《射雕英雄传:侠之大者》也是一个超级大片。

据猫眼专业版数据显示,截至2月4日12点,我市春节档票房(含预售)(1月29日至2月4日)达1160.15万元,2025春节档的6部电影,每部都有着强大的IP效应,题材类型更是覆盖了武侠、神话、动画、悬疑、动作等,可满足不同观众的观影需求,影片平均时长超过137分钟,刷新中国影史春节档片长纪录。截至2月5日9时,2025年度票房(含预售)破95亿元。目前《哪吒之魔童闹海》《唐探

1900》《封神第二部:战火西岐》分列春节档票房榜前三位。

春节期间,我市各大影院现场火爆,影厅的过道里人来人往,自助取票机和零食售卖区前都排起了长龙,爆米花的香气混合着人们的欢声笑语在空气中弥漫开来,编织出独属于春节的电影记忆。影院的工作人员有条不紊地调配着饮料、包装着零食,告知顾客电影排片信息。大厅里,有人拿着手机查看影厅信息,脚步匆匆,有人与同伴交谈着,分享着对即将观看影片的期待……时不时还能听到小孩兴奋的呼喊声和笑声,在嘈杂的环境中格外响亮。

“我是唐探系列的忠实粉丝,这次《唐探1900》一预售,我就马上买了首映票。”从上海回启东过年的严先生告诉记者,作为唐探系列的前传,《唐探1900》依

旧笑点满满,剧情也不拖沓,保留了唐探的特色,结尾还升华到了家国情怀,立意很好,很适合春节期间带着家人一起来看。

春节档电影的火爆,不仅仅是春节期间的一场文化盛宴,更是对全年电影市场产生了深远的影响。从观众层面来看,春节档的火爆极大提高了他们的观影热情,当观众在春节档体验到了优质电影带来的乐趣和感动后,他们会更愿意在未来的时间里走进影院,去观看更多不同类型的电影;从电影产业角度而言,春节档的高票房为电影产业注入了大量资金,带动了整个产业链的发展,促使电影人制作出更多高质量的影片,也会吸引更多的资本进入电影行业,为电影产业的发展提供更强大的资金支持。

春节期间全市旅客运输秩序良好

公铁路累计发送旅客2.8万人次

本报讯 记者2月5日获悉,今年春节(1月28日至2月4日),我市铁路、公路累计发送旅客2.8万人次,旅客运输工作平稳有序。

春节期间,启东火车站共发送旅客1.34万人次,日均发送旅客1600多人次,客流较去年同期增幅明显。其中,春节期间客流以旅游、探亲流为主,节日末期学生流、务工流居多;客流主要去往南通、徐州等方向。随着公众出行习惯发生变化,加上春节期间高速公路免费时长增加等因素影响,启东汽车客运站假期八天共发送旅客约1.5万人次,较去年同期减少近1000人次;其中,单日客运峰值流量出现在2月4日,发送旅客3000人次。

为做好旅客运输工作,市交通运输部门提前与教体、人社、文旅等部门沟通对接,动态研判学生流、务工流、探亲流等公众出行需求,完善惠民服务措施,开展“苏心春运”活动;与公安、市场监管等部门协同合作,加强安全监督执法,及时发布出行服务信息,有效引导公众错峰出行。春节期间,全市旅客运输秩序保持平稳,未发生旅客滞留现象。

(本报记者 周凡 通讯员 陶婷婷)

“气”场十足



2月4日,2025年启东市排球协会第二届“新春杯”气排球赛在长江中学体育馆举行。
本报记者 姜新春摄

推动启东文旅品牌“破壁出圈”

2月3日上午,随着喜庆的锣鼓声响起,“江海迎瑞·嗨燃启东”2025启东市巡游活动启动,为大家送上新春祝福,共庆申遗成功后的首个春节。除此以外,各类文旅活动轮番上演,以美术馆、图书馆、文化馆等文化场馆为依托的展览和文化活动,启唐城舞龙、皮影戏、鱼灯舞、打铁花、炭花舞等非遗民俗表演,为广大市民游客奉上丰富精彩的“文化大餐”,全市文旅迸发崭新活力。

新的一年,如何让启东文旅更具魅力?加大文旅品牌在旅游市场中的开发和利用程度,深化文旅融合,是一个有效的途径。文旅品牌可以利用生动鲜活的人物故事、历史悠久的文化底蕴,创设身临其境的文化场景,开发沉浸式互动体验项目,营造独特的情感体验,使游客在潜移默化中接受文化的感染和震撼。

完善文旅品牌构建,实现品牌价值提升。现代文旅品牌与区域特色息息相关,在文旅品牌打造过程中,尽可能以清晰的品牌名称和标识,最大程度展示差异化特质,第一时间深化游客印象和认知,高效构建品牌形象。近年来,启东持续推进旅游品牌化发展战略,打造“日出江海·梦启东方”的文旅品牌,用“最美公路”这一品牌形象串联起双色海、黄金海滩、启唐城、吕四渔港等景点,更好地展现了启东独特的江风海韵,发挥了积极作用。下一步,需要考虑如何深入挖掘这些品牌背后的文化基因,从营销、体验、形象、宣传口号、衍生品、标识等方面,全面打造独属于启东的文旅品牌符号,进一步提升启东旅游的吸引力和整体的知名度。

注入启东文化底色,打造文旅精品项目。随着旅游消费需求的不断升级,单一的自然景观和人文景观已不能完全满足游客日益增长的个性化、多样化需求,游客更加注重旅游过程中的文化味和参与感。启东拥有江海文化、沙地文化、垦牧文化,三种文化交织融合,汇成了我们深厚而独特的历史底蕴,文旅产业发展潜力巨大。通过挖掘和传承丰富的地域文化,将其有机地融入旅游产品中,让游客在游览启东美景的同时,也能深刻体验到其中的文化魅力。

深化各种业态融合,丰富旅游产品供给。文化品牌建设不仅可以促进文化、旅游、科技、金融、体育等产业深度融合,还能整合文旅商品、演艺活动、节庆赛事等产业元素,打造文旅消费新场景,让文

化与旅游更加紧密地结合在一起。在新的一年,要持续推进张謇垦牧公司、抗大九分校、启唐城、瀛东书厅、蓝印花布馆、启东版画院、博物馆等一系列文旅项目打造,给游客全新的体验,力求为游客提供更为丰富、多元的旅游产品。

当前,文化和旅游深度融合发展已成为推动经济高质量发展的重要引擎。“破壁出圈”的文旅品牌,能成为旅游优化和创新的原动力,凝练区域文化特质、彰显旅游目的地个性魅力的点金石。

高姝



“拉链师傅”又来了

连续15年春节期间义务服务敬老院老人

本报讯 1月30日(大年初二)中午,北新中心敬老院里的老人们三三两两聚在一起。12点刚过,“拉链师傅”施汉冲准时到达。“谢谢施师傅,每年都想着我们。”80多岁的吴家伯拉着施汉冲的手激动地说道。

家住近海镇海界村的施汉冲已连续15年在春节期间,为全市7个中心敬老院老人义务修拉链,风雨无阻。他还组建了一支20人的志愿者队伍,每逢节假日,他带队去街头、学校、社区、服务点,免费为市民磨刀、理发、修拉链。

考虑到老人的衣服款式、面料各式各样,早在春节前,施汉冲自掏腰包购买了数十个品种的拉链和配件,帮助老人修复拉链。在寅阳中心敬老院,姜士新老人的鞋码为47码,去年春节施汉冲上门时,看到姜老由于鞋码过大,鞋垫难买,比较苦恼,施汉冲用心记了下来,亲手为他缝制了鞋垫,并在年初四那天送到了老人手里。施汉冲用真诚真心感动着每个老人,也感动着他周边的人。

(通讯员 曹石宝 刘彩萍)

日出江海·梦启东方

