



激发潍坊消费新活力

□本报记者 郭超 文/图

《哪吒之魔童闹海》《水饺皇后》《南京照相馆》《疯狂动物城2》……2025年电影市场齐头并进、活力迸发，实现大幅度回暖。据猫眼数据显示，潍坊电影总票房达2.51亿元，位列山东省票房第三名，为近五年来票房最高年。亮眼的成绩背后，反映了市民文化消费习惯的持续升级，并渗透到生活的方方面面，由此引发的“电影+”模式激活整条消费链，成为拉动文旅市场发展的重要引擎。

假期观影成市民不可缺少的仪式感

2025年，电影市场涌现一批制作精良、题材多元、类型丰富的影片，获得市民情感共鸣，持续激发大众观影欲望和观影需求。

近年来，每逢假期到影院观影已成为市民必不可少的仪式感。在刚刚过去的贺岁档、跨年档和元旦档，《疯狂动物城2》《阿凡达3》《刺杀》《寻秦记》《过家家》等影片俘获全年龄段受众，独特的沉浸式体验强化了影院观影的必要性和独特性，让票房一路增长。

档期中，记者在潍坊城区各大影院看到，不少市民冲着电影口碑走进影院。影院内人山人海，热闹非凡，既有全家出动、家长

带着孩子为一部动画电影而来，又有三五好友相聚、因一部电影点燃社交属性。不少追求极致视听体验的市民，则对IMAX、杜比全景声等特效厅情有独钟。在万达影城万达广场店，工作人员表示，为让市民与观影体验深度融合，影城内设置的“打卡”海报、电影场景及推出的观影活动，成功吸引年轻人的目光。影片方面，潍坊各大影城根据市民的需求调整和增加排片场次，多部热门影片上座率始终保持高位。以跨年档上映的电影《刺杀》为例，黄金场次占比达25%，为档期内排片场次首位。贺岁档中，《疯狂动物城2》凭借第一部积累的观众基础，潍坊共有47.7万人次观看，票房一举拿下1722.66万元，实现

票房、口碑双丰收。

走出影院的市民，仍沉浸在精彩的电影世界中，成为消费热潮中一道亮丽的文化风景线。家住城区的张先生表示，现如今，高端的电影技术和优良的观影环境，让看电影成为一种精神享受，他们一家人在2025年共看了《疯狂动物城2》《流浪山小妖怪》《731》《哪吒之魔童闹海》四部电影。对张先生及其家人来说，每部影片均可圈可点，既有对传统IP进行创新演绎，让传统文化实现深层次破圈，又有凝聚家国情怀、紧扣时代脉搏的优质影片加持。此外，影院的特效厅与网络观看相比，有自身独特优势，可为观众提供丰富多样的观影体验。

2025年潍坊票房以2.51亿元完美收官

2025年电影市场的红火，为业内注入一剂“强心针”。一部叫好又叫座的电影打破多项纪录，更让广大市民看到中国电影的可能性。根据猫眼研究院发布的《2025中国电影市场数据洞察》显示，头部影片带动，强IP影片助推，为电影市场注入增长活力。从整体表现看，2025年中国电影市场在多重因素影响下实现大幅回暖，全年总票房达到518.32亿元，总观影人次达12.38亿，全年各项市场数据及观众受《哪吒之魔童闹海》单片影响最大。在全年票房前十名影片中，4部票房超30亿元，8部超10亿元，全年国产影片票房占比略高于往年。

受强IP驱动的作品展现出稳定的市场

号召力，而动画电影以突出的票房贡献、强劲的话题度和广泛影响力，成为全年票房表现最抢眼、最抢眼的电影类型，不仅颠覆年度票房结构，也刷新市场对动画内容与IP价值的认知。

2025年，潍坊电影票房表现如何？根据猫眼数据显示，潍坊以2.51亿元票房完美收官，这一成绩为五年来的最高值，位列山东省第三位，前两位分别是青岛5.17亿元、济南4.56亿元。潍坊的排片全省占比9%，总出票622.2万张，放映总场次达82.7万场，平均票价40.4元，在全国300多个城市票房中，潍坊位列前50强。

在影片票房表现方面，潍坊共有5部影

片票房破千万，分别是《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《疯狂动物城2》《南京照相馆》《流浪山小妖怪》。这五部影片中，三部为动画电影，一部历史题材，一部喜剧题材。尤其是动画电影《哪吒之魔童闹海》，在潍坊一举拿下9443.59万元票房，成为全年票房的有力保证。《熊出没·重启未来》《731》《封神第二部：战火西岐》《捕风捉影》等影片，虽然未跨入千万票房行列，但带来的话题效应不容小觑。

2025年，潍坊在春节档、暑期档、国庆档、贺岁档等大档期均表现优异，档期票房居全省前列，全年票房同比增长25.5%，展现出良好的票房增长态势和市场发展活力。

“一张电影票”实现文旅联动热潮

2025年，不仅是电影市场火爆的一年，更是“电影+”模式带动经济消费十分重要的一年。在“中国电影消费年”“跟着电影去旅行”“跟着电影品美食”等活动中，“一张电影票”实现文旅联动热潮。

潍坊文旅开展多项活动，让市民实实在在感受到“电影+”带来的经济活力。2025年2月，沂山风景区与临朐万达广场梦幻联动，凭《哪吒之魔童闹海》观影票根(3天内)可享受免沂山门票政策。2026年元旦，《流浪山小妖怪：妖你同行XR》在青州博物馆开启一场独特的沉浸式冒险，让大、小朋友们度过一个快乐有意义的假期。活动的有序开展，让人们欣喜地看到，新的消费方式不仅为票房增长提供有力支撑，更带动全链条

消费活力持续增长，让电影市场迸发出巨大潜力。

在刚刚过去的元旦假期，记者调查了解到，看一场电影、逛商场、吃美食，似乎成为大多数人的假期标配。商场内，电影衍生品成了不少年轻人的社交刚需，“电影+”成功撬动了规模庞大的衍生品市场，成为电影高质量发展惠及广大市民的一个重要特征。这种影院嵌入商场的模式，一定程度上实现多方合作共赢。此外，潍坊市常住与流动人口基数庞大，以及年轻群体、亲子家庭的广泛性，也为电影衍生品提供坚实保障。这些电影消费热背后，反映了“电影+”模式多点开花，实现电影价值与文化价值双赢。

2026年，元旦档实现新年“开门红”，全

国斩获7.39亿元票房，潍坊也收获323.49万元。走进影院，不仅是为了享受一场精彩的视听盛宴，更是在快节奏的生活中寻得一方放松身心的天地，感受电影带来的情感共鸣与文化滋养。而电影市场的火爆，将为潍坊2026年文化产业繁荣发展注入强劲动力，让人们看到电影行业与多元消费领域融合发展的广阔前景，让“电影+”成为助推潍坊经济发展的有力引擎。

周末评谈

让“电影”引燃消费大市场

◎邵光耀

去年年初，《哪吒之魔童闹海》凭借精美的画面和极具吸引力的剧情，让影片的上映成为引发万人空巷的现象级事件，此后《水饺皇后》《南京照相馆》《疯狂动物城2》等，一部部制作精良、题材多元、引人入胜的影片，不仅带来了电影市场的繁荣，也引燃了整个消费市场。

数据最有说服力。仅去年一年，潍坊电影总票房达2.51亿元，稳居山东省票房榜第三名，为近五年来票房最高年。为何大家钟爱电影？影院设施和观影环境的更新优化，让看电影不止于

看，更在于感受，IMAX、杜比全景声等特效厅提供的是视觉、听觉以及感觉的丰富体验。特别是经过多年发展的电影市场逐渐成熟，让许多高水平制作、既叫好又叫座的电影脱颖而出。并且随着人们生活水平的提高，看电影成为日常消遣、娱乐的一种方式，再加上发达的网络传播方式，良好的电影口碑，让大家愿意为文化消费买单。

消费市场繁荣的背后，既有高水平制作电影上映的功劳，也有促销政策背后的刺激因素。如沂山风景区与临朐万达广场梦幻联动，让电影与

景区实现“双向奔赴”；《流浪山小妖怪：妖你同行XR》在青州博物馆开启沉浸式体验，让电影与博物馆碰撞出不一样的火花。此外，看电影、逛商场、吃美食，“一条龙”的消费体验由看一场电影开头，又在深度消费中结束。

走进电影院，享受一场视听盛宴，再从“一张电影票”到“多方面消费”，电影消费边界正在不断拓展，电影IP、周边衍生品，在丰富电影文化的同时，也带来消费的复合增长。我们期待更多的优质电影产品，也期待更多的“电影+”点燃整个消费市场。



曹贞吉 (资料图片)

曹贞吉(公元1634年-1698年)，字升六，号实庵，安丘东关人。少孤好学，以文才知名。康熙二年(1663年)中解元，康熙三年中进士，授秘书院中书舍人，历户部员外郎、礼部郎中，湖广提学金事等职，是清初知名诗人。

曹贞吉

曹贞吉为政清廉，代署祁门县事时，废除船课、瓷土、水车等杂税，深得百姓拥护。新任祁门县令因贪引起民变，围署罢市。曹贞吉受命抚乱，革除苛政，消弭民怨。在职礼部，主管顺天乡试、武会试、典试，所挑选的粤西考生均为有真才实学的知名之士。曹贞吉平生嗜书如命，尤其喜欢作诗，“始法三唐，后乃旁及两宋，泛滥于金元诸家。”在北京时，与宋牧仲、颜修来等相互唱和，人称“康熙十子”。其《黄山纪游》诸作，道练的诗格备受宋推举；《和文姬归汉图》等长歌，极有笔力，“不减张司空之在典午也”。他的词同样“风华掩映，寄托遥深；古调之中，又能纬以新意”。他主张写词要有创造性，应以气势豪迈取胜，如《满庭芳·潼关》“落日红旗半卷，秋风急，牧马悲鸣”等句，气势苍古雄劲，不落旧俗。著有《珂雪诗》《珂雪词》《黄海纪游》《黄山纪游诗》《朝天集》等。《珂雪诗》《珂雪词》录入《四库全书》。

(资料来源:《潍坊历史名人》)



图①:2026年元旦档,观众排队进入影院。
图②:众多观众在等候观影(资料图片)。
图③:2026年元旦档,市民正在选择影片。
图④:影城设置的“打卡”海报。
图⑤:影城海报。