

新春文旅氛围“龙”重

记者 蔡淑敏 马云飞 特约作者 秦铭蔚

编者按：

新春的脚步渐近，龙年的钟声即将敲响。春节是一年中最重要的节日，文旅活动一直是每年春节的重头戏，春晚则是其中的重中之重。作为国内顶级IP，春晚历来是各大品牌营销的必争之地，各个行业的大型企业为了亮相春晚大撒红包，龙年春晚，互联网大厂再次回归舞台。

春晚过后，大年初一，春节档接棒。作为活跃春节假期文旅市场的一大主角，今年春节档共有9部电影上映，其中合家欢电影占比过半，刘德华、贾玲、沈腾、马丽、雷佳音等实力演员和喜剧明星都出现在了春节档，喜剧元素拉满，让观众们“一见就笑”。

作为团圆的日子，大多数在外的游子都会在春节回家过年。不过，随着近几年人们观念的变化，“反向春运”“旅游过年”等形式的兴起，以及今年春节假期延长和各地积极推出特色文旅活动，不少人选择走出家门，用旅行的方式过一个不一样的春节。今年春节假期，国内游、出境游、入境游订单均大幅增长，除了传统热门的北方冰雪游、南方避寒游之外，在免签热潮的带动下，出入境旅游明显升温，东南亚、日韩等中短途出境线路是热门选择，国人出国过年的时候，越来越多外国人来华感受中国春节。



IC图

大厂回归龙年春晚

在中国，一个品牌若想要在一夜之间家喻户晓，最有效的策略莫过于亮相央视春晚。

百亿人次观看、实时平均收视率超过20%、自带“热搜”体质、千亿话题阅读量……作为国内顶级IP，央视春晚联欢晚会（春晚）历来是各大品牌营销的必争之地。

近期，京东宣布成为2024年春晚的独家互动合作平台，将在APP上设立春晚主会场，通过抽奖互动的形式送出一亿份一分钱奖品和汽车使用权等大奖。1月24日，京东宣布“春晚保障AI指挥官”正式上线。

时间再往前推至1月19日，“春晚”账号正式入驻小红书，并表示小红书将成为2024年总台春晚笔记与直播分享平台。随后，小红书发起了“大家的春晚”2024春晚陪伴式直播活动，用户可以通过分享才艺、生活趣事以及预测春晚节目参与互动年货礼品抽奖。

《国际金融报》记者注意到，截至2月2日，小红书春晚账号已经累计拥有超过14万粉丝。

与小红的参与不同，京东已是第二次“征战”春晚。2022年，京东首次成为春晚独家红包互动伙伴，活动预算高达15亿元，推出了多种互动玩法。

回顾历史，自1984年康巴丝成为首个春晚广告赞助商以来，历年春晚舞台上的赞助商包括钟表、自行车、白酒、家电等品牌。2015年，腾讯以5303万元拿下央视半年春晚独家合作权，打响春晚红包大战的第一枪，也标志着春

晚赞助权由传统企业转向互联网大厂。

在春晚巨大流量的加持之下，品牌收获的效果显而易见。数据显示，2015年除夕当天，微信红包收发总量达10.1亿次，同比增长60余倍，并在两天内绑定了2亿张个人银行卡，而支付宝完成这一数字则花了10年。马云曾将微信春节红包的胜利称为“珍珠港偷袭”，并感叹“幸好春节很快过去，后面的日子还很长，但确实让我们教训深刻”。

此后7年，春晚成为了互联网厂商们争相追逐的焦点。2016年，阿里巴巴以2.69亿元的竞价从腾讯手中夺走了春晚合作权，投放红包金额8亿元，还独创了集五福活动。随后的2017年、2018年，阿里巴巴继续成为春晚赞助商。2019年，百度成为继支付宝和微信后春晚红包的新赞助商。同时，抖音成为2019年春晚的独家社交媒体传播平台。

2020年，短视频平台快手成为春晚独家互动合作伙伴，拿下春晚红包赞助权。当年，快手在春晚开播同时开启五轮红包互动，采用口播红包指令玩法，与春晚主持一同派送当时金额最高的10亿元现金红包。2021年，抖音成为春晚红包的“承包商”，发放12亿红包，同时上线抖音支付。

2022年，京东首次参与混战，最终与春晚达成独家合作，互动活动长达20余天。彼时京东官方数据显示，活动期间，全球华人参与京东APP红包累计互动量达691亿次。根据QuestMobile数据，2022年春晚期间，京东APP活跃用户规模超过1.5亿；除夕当天，京东APP日活达到1.51亿，较前一日环比增长81.4%，位列所有APP之首。

然而，到了2023年，将降本增效作为主旋律的互联网大厂们集体缺席春晚营销。

随着京东、小红书官宣参与2024春晚，意味着继2023年春晚被白酒企业独占鳌头后，互联网大厂重新回归春晚营销。

互联网分析师张书乐在接受《国际金融报》记者采访时表示，一方面，上春晚是一种亮肌肉和刷存在感的表现，尤其是对于进军手电商的小红书和正在魔战即时零售的京东而言，上春晚可能会对战略做一定结合而露出，就如当年微信红包那般；另一方面，上春晚确实能带来流量，此前京东上春晚后就带来了一定的增量，此番再上春晚也有“破圈”的意图，但流量最终能否成为“留量”，就要看两个互联网大厂的手段了。



喜剧片霸占春节档

1月31日，龙年春节档（2月10日至17日）正式开启预售，“票房大战”刚打响。2月1日15时31分，2024年春节档新片预售总票房就突破1亿元。

记者统计，今年共有9部影片定档春节假期，分别是《飞驰人生2》《第二十条》《热辣滚烫》《熊出没·逆转时空》《我们一起摇太阳》《红毯先生》《八戒之天蓬下界》《破战》和《黄貔：天降财神猫》。除了其中唯一的港片《破战》在2月16日错峰上映之外，其他8部电影均在大年初一（2月10日）上映。

春节档向来是头部大片的必争之地，同时也是影视巨头们在上半年最重视的关键档期。尽管今年春节档电影的背后，还是大众熟知的影视公司，如中国电影、博纳影业、光线影业等，但从制作成本、体量和阵容来看，并没有出现大制作的“头部电影”，业界普遍认为，今年春节档“大片缺位”，缺少头部产品领跑票房。

对于2024年春节档“大片缺位”的现象，中国青年剧作家、导演向凯分析，目前，中国电影已经到了“内容为王”的时代，观众所看重的还是电影本身的内容。在他看来，近年来，已有不少大家认为不起眼的电影跑成黑马，并非花大钱、大阵容、大制作的电影才叫大片，靠内容征服观众、征服电影市场的电影就是大片。

除“大片缺位”外，2024年春节档喜剧元素格外浓厚。从内容题材上来看，目前定档的9部影片共有6部影片带有喜剧元素。尽管《热辣滚烫》《第二十条》《飞驰人生2》《红毯先生》四部影片分别以拳击、法律、赛车、娱乐圈为故事题材，也都是现实喜剧类电影。

从这几部影片的阵容来看，竞争力各有千秋。“消失”了一年的贾玲，在“成功减肥100斤”后携亲自执导并主演的《热辣滚烫》“重返”大银幕，在国内女性喜剧演员中，贾玲的实力与人气均是数

一数二，《热辣滚烫》已经展现出了票房实力竞争者的势头。去年春节档凭借着《满江红》拿下档期冠军的张艺谋新作《第二十条》再战春节档，延续了以喜剧题材为包装，深入探讨现实议题的特点，有望凭借与社会议题的关联引起观众强烈的情绪共鸣。

《飞驰人生2》是此次春节档真人电影中唯一的一部续集电影，前作《飞驰人生》曾以10.54亿元的档期票房成绩成为2019年春节档期内的票房季军，此次韩寒和沈腾“潇洒走二回”，原班人马打造《飞驰人生2》。刘德华主演的《红毯先生》此前曾定档2023年11月17日，后改于春节档上映，该片导演宁浩此前曾携《疯狂的外星人》出战2019年春节档，累计拿下22.13亿元票房。

动画电影同样是春节档的刚需，今年春节档有三部动画电影上映，其中最具有竞争力的当属《熊出没·逆转时空》，也

是唯一与科幻题材相关的影片。作为春节档常客，“熊出没”系列几乎每年都是稳定发挥，系列影片累计内地票房57.42亿元，累计全球票房达到了8.05亿美元，2023年的《熊出没·伴我“熊芯”》更是拿下了14.95亿元票房。

对于今年春节档“喜剧当道”这一现象，向凯表示，近年来，喜剧电影在中国电影市场赢得了高票房、高口碑，“喜剧片扎堆上映春节档的主要原因跟近年来的观众情绪有关，当下观众对于这类电影的需求特别明显，同时，喜剧元素也符合春节阖家欢乐的节日氛围”。

但也有观点指出，近年来，喜剧电影都是“熟人熟脸”，剧情方面也“换汤不换药”，存在影片内容同质化严重、观众审美疲劳的问题。向凯在接受记者采访时也表示，目前，中国喜剧电影方面的确缺少更新换代的人才，确实有观众容易审美疲劳的问题。

最长春节点燃出游热情



场景。例如，机型变动、机票买贵可免费退改，放宽因病旅客退改规则等，新规将给予旅客更多保障。去哪儿大数据研究院研究员肖鹏分析认为，“此次退改政策调整，明确了退改条件，清除模糊地带，扩大免费退改范围，这些积极信号意味着航司对旅客服务意识增强。”

除了返乡与家人团圆，也有不少人选择用旅行的方式来度过春节假期。途牛《2024春节旅游消费预测报告》显示，在探亲返乡潮以及寒假亲子游、新春跨年游等需求交织下，今年春节预订高峰和热门跟团游产品售罄时间较往年更为

提前。

冰雪经济下哈尔滨爆火，《繁花》出圈让上海腔调再次走红，即将到来的春节8天假期将是2024龙年首个出游高峰，也反映了“南北居民互换过年”的趋势。携程数据显示，春节期间，国内热门目的地为北京、上海、广州、深圳、哈尔滨、成都、西安、杭州、三亚、昆明。北方城市哈尔滨旅游热度从元旦延续至春节假期，从2023年末进入前十攀升至2024年第五位，旅游预订订单同比增长超14倍。而三亚、昆明等北方游客喜欢的避寒游城市，截至目前，旅游预订订单

同比增长分别超2倍、超6倍。北上冰雪游、南下避寒游火爆预定下，哈尔滨、漠河、三亚、昆明、海口、西双版纳等冬季热门旅游目的地机票搜索量也增长明显。

此外，由于春节假期延长，叠加国际航班运力不断恢复、目的地签证政策持续便利化等因素影响，出境旅游已明显升温。携程数据显示，截至1月下旬，2024年春运入境游机票预订量同比2023年春运增长819%，春节期间入境游订单同比增长超10倍。外国游客热衷的国内目的地包括上海、北京、广州、深圳、成都、哈尔滨、青岛、沈阳、厦门、重庆。

“免签热潮”则激发了国人出境游的热情，多国旅游局在社交平台上喊话，欢迎中国游客观光旅行。去哪儿平台数据显示，早在去年12月中旬，春节期间境外酒店预订量就开始明显增长，1月10日左右进入出境酒店预订高峰，机票预订高峰预计在1月底。时隔4年，春节重新成为全球旅游消费旺季，泰国、日本、中国香港、马来西亚、新加坡、韩国、中国澳门、澳大利亚、印度尼西亚、阿联酋都是热门目的地。