热点解析

□ 本报记者 姜天骄

春节档电影总票房刷新纪录

单日票房连续5天破10亿元

春节假期期间，电影市场迎来一年一度的观影热潮。据国家电影局统计，截至2月5日9时，2025年春节档（1月28日—2月4日）电影票房达95.1亿元，观影人次为1.87亿，创造了新的春节档票房和观影人次纪录。另据网络平台数据，截至2月5日13时29分，2025年春节档上映新片总票房（含点映及预售）突破100亿元。

今年春节档大片云集，涵盖神话、史诗、战争、动作、武侠、动画、喜剧、悬疑、科幻等多种类型，满足了不同观众群体的观影需求。灯塔专业版数据分析师陈晋介绍，今年春节档影片呈现“一超多强”局面，《哪吒之魔童闹海》的受众中，30岁—39岁、中低频观众占比突出，大量曾经的电影市场主力观影人群在时隔较长时间后，再次被该片“召回”电影院。此外，《唐探1900》在东北地区、江苏、广东等省份表现优异，《封神第二部：战火西岐》在上海等省份票房领跑，大盘呈现百花齐放的良好态势。

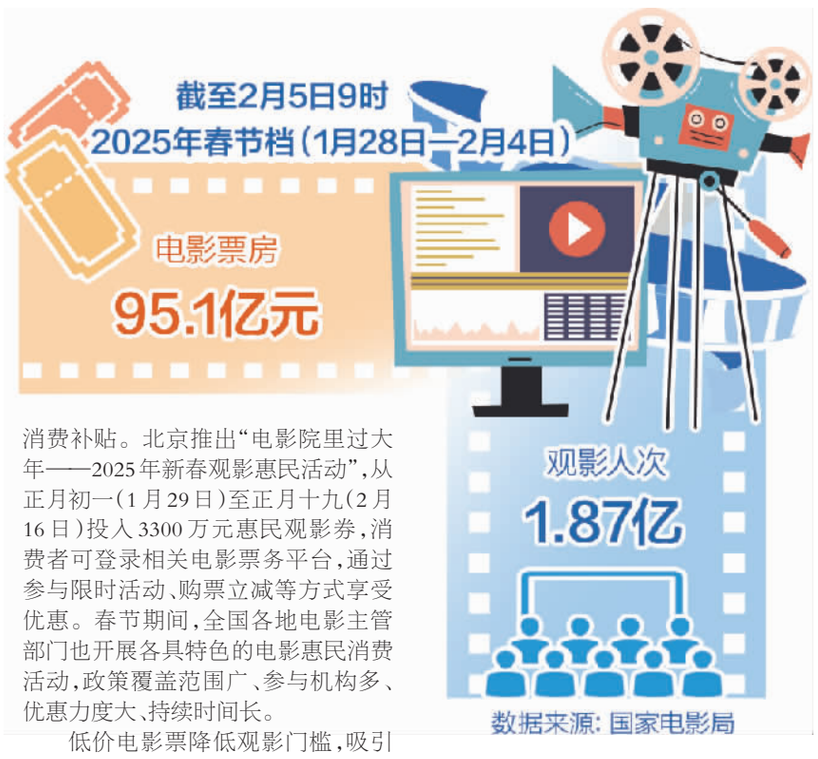
今年春节档，既有气势磅礴的神话史诗，也有紧张刺激的动作冒险，既有中华优秀传统文化的创新表达，也有令人动容的家国情怀，这些主题与春节“合家欢”氛围高度契合，带动观众走进影院。数据显示，今年春节档3人及以上结伴观影的观众比例超过四分之一，观众更愿意同家人、朋友一起走进影院观影。优质供给持续激发观影需求，带动档期热度不断攀升。平台数据显示，从正月初一到正月初五春节档大盘单日票房连续5天破10亿元。

猫眼研究院发布2025春节档数据洞察提出，较强的IP效应和辨识度，让春节档影片在上映前就积累了好口碑和受众基础。早在1月19日，春节档新片开启预售首日，票房便迅速破亿元，刷新我国影史春节档预售最快破亿纪录。

观众审美水平和审美能力不断提升，不再满足于看“爆米花电影”，而是期待具有一定艺术品质、彰显大银幕魅力的好电影。“去年工业视效大片供应量偏少，让观众觉得不够解渴。今年春节档是特效含量最足的一年，基本可以代表中国电影产业最高的制作水平。6部影片中有5部均涵盖IMAX、CINITY、中国巨幕、杜比影院四种特效厅制式，观众有更多选择。”灯塔专业版运营负责人王舒告诉记者。

灯塔专业版档期对比显示，正月初一IMAX场次已排4540场，其中《封神第二部：战火西岐》的IMAX场次数量最多，排片占比达40%。这也从一个侧面证明观众对今年春节档视听效果的认可。

春节前夕，为巩固和增强电影产业回升向好态势，进一步促进电影消费，国家电影局启动“跨年贺岁 喜迎新春——全国电影惠民消费季”，各家支持单位合计投入不少于6亿元观影消费补贴。北京推出“电影院里过大年——2025年新春观影惠民活动”，从正月初一（1月29日）至正月十九（2月16日）投入3300万元惠民观影券，消费者可登录相关电影票务平台，通过参与限时活动、购票立减等方式享受优惠。春节期间，全国各地电影主管部门也开展各具特色的电影惠民消费活动，政策覆盖范围广、参与机构多、优惠力度大、持续时间长。



低价电影票降低观影门槛，吸引更多观众走进影院。记者了解到，为满足大家春节假期期间的观影需求，各家电影院都提高了排片数量，增加了场次。其中，部分影城在非黄金时段推出19.9元的优惠票，既盘活了闲置资源，也给观众提供了高性价比的观影选择。

业内专家认为，春节档超出预期的亮眼成绩，令行业信心倍增。近年来，电影行业面临诸多挑战，需要从业者抱以更多信心与耐心。而2025年春节档则以大幅破纪录的票房成绩，回应了各方期待，也为新一年电影市场开启崭新序章。

民生谈

守好校园食品安全

李 丹

国务院食安办联合教育部、公安部、国家卫生健康委、市场监管总局印发《关于进一步加强校园食品安全工作的通知》，进一步落实校园食品安全主体责任，让广大师生吃得健康、吃得放心。

校园餐供应主体多元、经营方式多样，容易埋下食品安全隐患。媒体曝光的校园食品安全事件中，普遍存在主体责任不清、监管不到位等问题。对此，《通知》要求全面压实学校食品安全主体责任，尤其是学校校长（园长）应切实履行第一责任人责任。

同时，要求每学期就学校食堂食品安全情况至少进行一次师生满意度测评，并公开测评结果，对满意度较低的供餐单位督促其及时整改。把评价权直接交给师生，不仅能保障师生合法权益，更能促进相关供应方改进服务、提升质量。

不少学校食堂实行的是承包经营制。由于缺乏有效监管，个别承包商为降低成本，采购低价劣质食材或过期变质原料，对员工健康、食品加工过程要求[illegible]过程中暗箱操作，克扣餐食补助等。

此次印发的《通知》要求严格承包经营行为的管理，强调学校食堂实行承包经营的，应严格按照招标程序统一组织招标，建立食堂承包经营管理制度，严格执行食堂承包经营企业资质审查、考核评价和退出制度。学校每学期都要对承包企业开展考核评价，考核不达标的要及时督促整改，对拒不整改或连续考核不达标的，及时启动退出机制。

为进一步加强管理，《通知》提出推行“互联网+”智慧监管，用“互联网+明厨亮灶”“互联网+AI”“互联网+物联网”等现代科技手段增强监管效能。学校要在食堂显著位置公布学校食堂负责人和市场监管部门投诉电话、邮箱、网站等联系方式，具备条件的还可利用二维码、微信小程序等推行“接诉即办”，畅通师生的沟通交流渠道。通过多方努力和科技加持，不断健全长效机制，校园食品安全问题必将得到有效解决。

与上年春节假期相比——

全国消费相关行业日均销售收入增长10.8%

本报北京2月5日讯（记者董碧娟） 国家税务总局5日公布增值税发票数据显示，春节假期，全国消费相关行业日均销售收入与上年春节假期相比增长10.8%，其中，商品消费和服务消费同比分别增长9.9%和12.3%。

补贴政策加力带动家电家居类商品消费快速增长。春节假期，家用电器和音像器材销售收入同比增长166.4%，其中，电视机等家用视听设备同比增长226.8%。

旅游服务消费持续较快增长。春节假期，旅游相关服务销售收入同比增长37.5%。休闲观光活动、公园景区服务、游乐园服务销售收入同比分别增长81.9%、59.5%、14.1%。

文化艺术体育服务热度大幅上升。春节假期，文化艺术服务销售收入同比增长66.3%。其中，文艺创作与表演服务、艺术表演场馆销售收入同比分别增长83.9%、65.9%。

春节假期全国揽投快递包裹超19亿件

揽收与去年农历同期相比增长31%

本报北京2月5日讯（记者吉蕾蕾） 国家邮政局监测数据显示，今年春节假期（1月28日至2月4日），全国邮政快递业总体运行安全平稳，寄递渠道畅通有序，行业业务量保持良好增长态势，揽收和投递快递包裹超19亿件。其中，揽收快递包裹11.45亿件，与去年农历同期相比增长31%，投递快递包裹7.82亿件，与去年农历同期相比增长26.7%。

快递包裹量实现良好增长，进一步凸显邮政快递业保通保畅、递送温暖的积极作用。特别是自春运开始以来（1月14日至2月4日），全国邮政快递业揽收快递包裹80.35亿件，与2024年春运同期相比增长37.6%；投递快递包裹86.46亿件，与2024年春运同期相比增长35%。

2月4日，车辆行驶在位于安徽省合肥市庐江县矾山镇的庐南川藏线双顶山盘山公路。近年来，当地全力打造特色旅游公路，串联起沿线的美好风光，让游客穿行在林海、溪流、山峰之间，体验“车在画中行，人在景中游”。

左学长摄（中经视觉）

“冷”资源“热”起来 冰雪经济彰显发展新活力

新华社记者

松花江北岸，哈尔滨冰雪大世界。

夜幕下，巨型冰柱簇拥组成的“亚洲同心”主塔高大巍峨、流光溢彩，吸引众多游客驻足欣赏，领略冰雪之城的独特魅力，生动诠释“冰天雪地也是金山银山”的发展理念。

绽放冰雪之美，共赴亚冬之约。新华社2月5日推出第十二期“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目，邀请国家发展改革委社会司副司长、一级巡视员彭福伟，国家体育总局经济司副司长艾郁，黑龙江省文化和旅游厅副厅长齐斌，中国旅游研究院院长戴斌同台共话，一起走进冰雪经济高质量发展的美丽新画卷。

冰天雪地 热力无限

2月7日，第九届亚冬会将在哈尔滨开幕。作为我国冰雪运动的重要发源地，“国际滨”无疑成为全球瞩目的焦点。

春节假期，哈尔滨冰雪大世界吸引海内外游客超过61万人次；大批东南亚游客包机北上，跨越50摄氏度的温差，感受“冰雪奇缘”；亚布力滑雪旅游度假区日接待游客超过2万人次，较去年同期增长20%。

“这些冰雕建筑巧夺天工，堪称人类艺术奇迹！”澳大利亚游客罗宾·拉普索恩游玩哈尔滨冰雪大世界后由衷赞叹，“这里的壮观与美丽，我毕生难忘，必须为中国冰雪艺术点赞。”

齐斌表示，黑龙江省得天独厚的自然条件和深厚的文化底蕴，不仅为冰雪运动注入新的活力，也为冰雪经济发展打开新的机遇期，冰天雪地正在成为“金山银山”。

冰雪“冷”资源释放经济“热”效应。习近平总书记强调，“把发展冰雪经济作为新增长点，推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展”。

“冰雪经济是以冰雪资源为基础，以冰雪运动为引领，涵盖冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游等相关产业的综合经济体系。”彭福伟系统阐释了冰雪经济的内涵。

在冰天雪地中绽放激情，冰雪运动是冰雪经济的重要牵引。

越过山海关、跨过秦岭淮河，随着“南展西扩东进”战略不断推进，近年来我国冰雪运动迎来“爆发式”跨越发展，“带动三亿人参与冰雪运动”已由愿景变为现实，正在改写我国冰雪版图。

“北京冬奥会改变了冰雪运动的格局。”在艾郁看来，自北京冬奥会成功举办以来，无论是赛事规模还是运动水平，从覆盖范围到社会关注，我国冰雪运动都得到了前所未有的提升，呈现出前所未有的发展活力，全民冰雪运动参与率已超过24%。

让更多人“喜冰乐雪”，冰雪文旅是冰雪经济发展的“流量密码”。

重庆推出150余项冰雪主题活动、80余条冬季旅游线路；广东室内雪场打破地域和季节限制，满足雪友需求；新疆阿勒泰冰雪民俗走红，掀起冬季消费热潮……

“冰雪已经成为人民美好生活的重要组成部分。”戴斌援引中国旅游研究院最新报告指出，2024—2025冰雪季，我国冰雪休闲旅游人数预计超过5亿人次，旅游收入有望突破6300亿元，较上个冰雪季大幅增长。

万亿级市场商机无限，冰雪装备是冰雪经济的基础保障。

“相关研究显示，我国冰雪经济总体规模已达到了万亿元大关。”彭福伟说，不论是滑雪服、滑雪板等大众运动装备，还是造雪机、压雪车等冰雪场地装备，都支撑了冰雪经济的繁荣发展。

工业和信息化部数据显示，我国已经形成15大类冰雪装备器材产品体系，基本实现了从头到脚、从个人到场地、从竞技竞赛到大众运动的全产业链冰雪装备器材。相关产品销售收入从2015年不到50亿元增至2023年约220亿元。

共享冰雪盛宴，共赴冰雪春天。

优化免签政策、新开国际航线、加密国际航班……一系列宽松政策吸引外国游客开启“China Travel”，到中国“享受独特的冬天”，冰雪经济的蓬勃增长也赢得越来越多世界目光。

新加坡《海峡时报》刊文称，冬季运动热潮点燃千亿美元的巨大市场，中国正在“点雪成金”；路透社报道称，中国冰雪旅游供需两旺、热力十足，有效助推了经济发展；阿联酋《国民报》说，如果《冰雪奇缘》电影里的冰雪女王艾莎来到哈尔滨冰雪大世界，她一定会感到惊叹……

冰天雪地，热力无限；中国冰雪，世界共享。

文化赋能 发展新局

哈尔滨中华巴洛克历史文化街区，“尔滨故事”带你沉浸式体验百年老街魅力；吉林长春文化广场，《盛世中华》《魅力长春》等大型艺术冰雕生动展现城市历史文化底蕴；辽宁锦州，辽宁首届海洋冰雪节吸引众多年轻人“花式过冬”……

冰雪之上是生活。

在戴斌看来，老百姓出去旅游，不只是看冰赏雪，还会欣赏当地民俗文化。冰雕艺术让非物质文化遗产重焕勃勃生机，冰雪旅游则创造出很多新业态。“这些变化，就是冰雪文化的传承与发展。”

冰雪文化，是自然与人文的交响。

从传承千年的新疆阿勒泰毛皮板滑雪、清朝盛行的冰嬉，到现代冰雕艺术、年轻人喜爱的高山滑雪，冰雪文化的功能从古代的谋生手段变成了现代中国老百姓幸福娱乐的方式。

中国旅游研究院调查显示，超过七成人愿意在冬天参与冰雪休闲、冰雪文化和冰雪旅游，超过五成人愿意增加冰雪消费。

“冰雪文化是冰雪经济的发展催化剂，通过冰雪民俗活动、冰雪艺术、冰雪主题创意产品等，让更多人感受到冰雪的魅力，赋予冰雪经济发展新活力。”彭福伟说。

冰雪文化，为冰天雪地注入神奇的艺术生命，打开了冰雪经济发展新空间。

连日来，哈尔滨乾卯雪龙体育用品有限公司总经理李向东完成厂房搬迁工作，进驻冰雪运动装备制造产业园。这家成立于2002年的冰雪装备制造企业，即将迈入“2.0阶段”。

“我们是国内第一批滑雪场专用滑雪鞋、固定器的生产厂家，滑雪全系列产品覆盖全国80%的滑雪场。”李向东说，冰雪旅游热潮给企业发展注入了信心。

值得一提的是，在国内冰雪装备特别是中高端产品市场基本被国际品牌垄断的背景下，国产品牌正在努力研发，着力打造核心优势。

齐斌说，在黑龙江，黑龙冰刀、乾卯雪龙、鸿基索道等装备业品牌取得了创新突破，雪地摩托车等制造业产品已出口多个国家，大兴安岭黑河寒地试车、哈工大智能自动化标准冰砌块生产装备、人机互动智慧冰雪景观灯光亮化智能控制技术等新业态新技术不断涌现，新质生产力正加快形成。

资源正“热”，势头正“好”。

蓬勃发展的冰雪经济，已经成为一些地区发展的重要引擎，促进区域协调发展和城乡融合发展。

在贵州六盘水的玉舍雪山滑雪场里，四周密林被白雪覆盖。来自海南、四川、广东等地的游客身着各色鲜艳滑雪服，驰骋在雪道上。

据不完全统计，我国已有滑冰运动场馆1970个，滑雪场地719个，新兴类型冰雪亲子乐园、主题乐园等995个。艾郁表示，冰雪场馆日益完善，一年四季、室内室外全覆盖，让冰雪运动触手可及，为群众参与冰雪运动创造条件。

彭福伟说，冰雪制造业、冰雪服务业“双轮驱动”发展态势基本确立。东北、京津冀、西北已形成冰雪经济“三足鼎立”格局。广州、上海、成都等已跻身冰雪消费热门城市，“温暖的南国冰雪世界”正加快形成。

冰雪燃动，四海欢腾。从北方到全国，从一季到四季，冰雪运动、冰雪文旅的种子在广袤华夏大地生根发芽，冰雪经济的基础不断夯实，展现出一派蓬勃发展的图景。

冰雪之上 共绘盛景

冰上项目和雪上项目比赛场馆场地全部通过安全检测，亚冬会吉祥物“滨滨”和“妮妮”矗立各大街区，酒店预订量大幅攀升，特色民宿一房难求，餐饮店铺排起长队……

当“尔滨”遇上亚冬会，冰雪旅游人气更旺。当地一家高端酒店工作人员统计，近期酒店300间房间在冬季预订量相比夏季增长三成左右，收益几乎翻倍。

“迎接亚冬会，哈尔滨准备好了。”齐斌说，一场冰雪赛事，是一座城市乃至全国的盛会。冰雪赛事的辐射效应显著，带动周边地区协同发展，不仅满足日益攀升的市场需求，更成为经济结构优化升级的有力体现。

近两年，在各类高水平赛事带动下，“跟着赛事去旅游”成为新热潮。2024—2025赛季，中国将举办28项国际冰雪赛事。

“体育赛事对于推动经济发展、释放消费潜力有很大的带动作用。”艾郁表示，未来体育总局将从多个方面继续推进冬季运动相关的体育赛事经济，包括增加高水平体育赛事的供给，与文、旅、商等各行各业融合发展，进一步优化环境并创造更多的服务场景等。

如何让冰雪经济这团“火”烧得更旺更长久？

戴斌认为，从国际上看，两方面值得借鉴，一是厚植生活，二是市场化运作，需要营造更好的环境，让投资机构、研发机构、制造商、运营商、旅行商、酒店餐饮等更好为游客服务。

为巩固和扩大“带动三亿人参与冰雪运动”成果，国务院办公厅2024年印发了《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》，明确提出8个方面24条举措，旨在推动冰雪经济成为新增长点。

根据意见，到2027年，我国冰雪运动场地设施更加完善，服务水平显著提升，冰雪运动更加广泛开展，冰雪竞技国际竞争力进一步增强，冰雪经济总规模达到1.2万亿元。到2030年，冰雪经济总规模达到1.5万亿元。

近期密集召开的地方两会上，可以清晰看到：乘着“冬”风，多地顺势而为，积极培育冰雪经济，打造新产业、新模式、新动能。

冰雪经济作为经济新增长点，未来在规划编制、政策扶持上也将获得多方支持。

“国家发改委将继续会同体育总局等部门，认真落实好国办文件要求，重点从规划、政策、资金等方面支持冰雪经济发展。在规划层面，积极推动将发展冰雪运动和冰雪经济等内容纳入国家‘十五五’相关规划，进一步优化完善冰雪经济发展的制度设计。”彭福伟说。

只有不断创新，才能为冰雪经济的发展提供源源不断的动力；只有全产业链的高质量发展，才能推动冰雪经济的高质量发展。

中国推进冰雪产业飞速发展，让冰雪经济从小众转向大众，从区域推到全国，从冬季扩至全年。国际雪联主席约翰·埃利亚施说：“让滑雪成为世界上最可持续、最激动人心的运动，中国机会巨大。”

这个冬天，寒冷中燃起欢腾和喜悦，成为国内外游客进行友好交往的桥梁和纽带。活力、激情、健康、向上，冰雪经济犹如一颗璀璨的明珠，正熠熠生辉，蓄势待发。

政府引领、企业主体、社会参与，多元共治的模式为冰雪经济注入了强劲动力，一幅冰雪经济蓬勃发展的壮丽画卷，正在徐徐展开。

（新华社北京2月5日电）