

## 灯塔 2021 春节档报告：总票房 78.22 亿，成史上最强春节档

2月17日，2021年春节档以78.22亿元票房成绩圆满收官，再创中国影史新纪录。在多元化的题材供给、精良的内容制作水准、数字化新营销的升级助力，以及就地过年趋势的共同作用下，大批观众在春节期间回归电影院，造就了“史上最强春节档”。

阿里影业旗下灯塔研究院《2021春节档市场数据洞察报告》显示，除78.22亿总票房成绩较2019年大增32.5%创下新纪录外，2021春节档同时凭借1.6亿总观影人次再创新纪录；票房排名前两位的影片《唐人街探案3》（35.5亿）、《你好，李焕英》（27.2亿），将八成票房揽入囊中。

报告显示，本届春节档七部影片呈现出不同的市场走势。从影片日票房排名变化来看，《你好，李焕英》凭借超强的口碑于大年初四逆袭至单日票房第一；《侍神令》则从首日的第四名滑落至最后一名。此外，在《唐人街探案3》《你好，李焕英》之后，备受期待的奇幻题材电影《刺杀小说家》的票房成绩及口碑均稳定保持在第三名。

大盘

影片

用户

城市

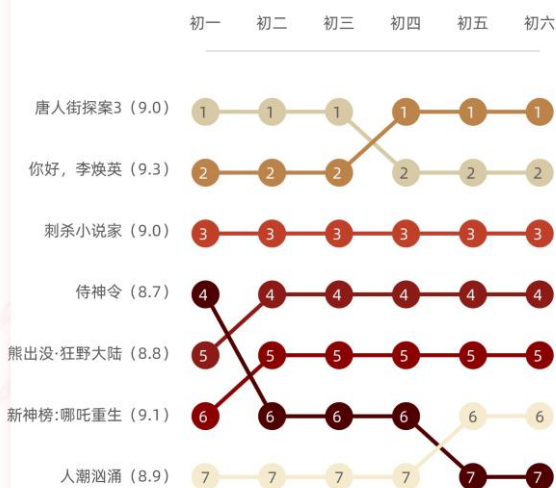
影院

灯塔研究院

## 《你好，李焕英》凭口碑强势逆袭

从影片日票房排名变化看，《你好，李焕英》凭9.3的评分从第二逆袭到单日第一，8.7分的《侍神令》则从首日的第四名滑落至单日最后一名，《刺杀小说家》稳坐第三；

2021春节档影片日票房排名及口碑



-数据来源：灯塔专业版

今年春节档全国平票价为 48.9 元，比 2019 年春节档平均票价高出 4.2 元，其中一线城市涨幅明显。今年春节档总观影人次 1.6 亿，较 2019 年多了 3000 万。平均票价及观影人次的增加，对高票房有一定拉升作用。

从用户数据来看，本届春节档，80%的用户仅观看 1 部影片；双人结伴观影占比较 2019 年春节档降低 7%，单人和多人观影侧则均有提升。因影院上座率依旧有所限制、春节档影片一票难求，用户观影时段集中度较往期春节档有明显降低，14:00-15:00 场次依旧是最受欢迎的观影时段，与此同时，上午场和夜场观影占比有所提升。

大盘

影片

用户

城市

影院

灯塔研究院

## 上午场和午夜场用户观影占比提升

和往年春节档相比，2021年春节档用户观影时段集中度降低，上午场和午夜场占比提升，主要受上座率限制、春节档一票难求影响；



- 数据来源：灯塔专业版

灯塔专业版数据显示，在“就地过年”的大背景下，2021年春节档用户异地购票占比有所下降，较2019年春节档降低5%。台州、重庆、南通等城市超80%的用户选择“就地过年”，一线城市中，上海75%的用户选择“就地过年”。从区域表现来看，上海、北京、深圳、成都、重庆为2021春节档票仓城市Top5。其中，上海以超3.66亿总票房数据大幅领先。



作为互联网影视公司的代表，阿里影业在本次春节档参与了《唐人街探案3》《你好，李焕英》《刺杀小说家》《新神榜：哪吒重生》四部影片的出品及发行工作，从内容供给侧为用户提供多元题材的选择。

《唐人街探案3》不仅总票房成绩亮眼，更刷新了中国影史首映日预售、单日票房、首日观影人次等多项纪录。《你好，李焕英》以真挚的情感赢得超高口碑，实现票房成绩的逆袭；灯塔专业版影人库数据显示，主演沈腾凭借本片一跃成为中国影史票房第一的演员。

阿里影业“锦橙合制计划”影片《刺杀小说家》以百分百本土视效团队，突破世界级特效难题，为观众呈现了一个文化感极强的中国奇幻故事。业内人士评价道，《刺杀小说家》刷新了国产院线电影工业标准，“是真正的中国大片”。

同为阿里影业“锦橙合制计划”作品，动画电影《新神榜：哪吒重生》以更新、更酷、更年轻的视角颠覆演绎了一个现代版青年哪吒的热血故事。灯塔

研究院报告显示，随着电影口碑的不断发酵，《新神榜：哪吒重生》吸引了更多年轻男性用户的走进电影院。

在多元化的题材类型、制作精良的内容之外，不断升级的数字化营销方式也成为春节档主流。由阿里影业首创的线上路演品牌“冲击播”，自2020年7月电影行业复工首部新片《第一次的离别》开始，不断为后疫情时代的电影宣发开疆拓土，上热搜、增想看、拉预售，线上路演“冲击播”已成为电影宣发的标配动作。

本次春节档期间，“冲击播”已经为《唐人街探案3》《你好，李焕英》《刺杀小说家》《侍神令》《新神榜：哪吒重生》等春节档影片宣发造势。其中，《唐人街探案3》主创陈思诚、刘昊然携手薇娅的线上路演更创下售票105万张的行业新纪录。从“冲击播”到“冲击播3.0”，不断进化着的线上路演宣发方式见证着中国电影市场的稳健复苏。

作为“史上最强春节档”，本届春节档不仅有总票房成绩、总观影人次的突破，更有内容供给类型的进一步丰富、工业制作水平的突破性进步，以及数字化宣发方式的不断升级创新。灯塔专业版数据显示，截至春节档结束，2021年全年票房已近116亿。以本届春节档为样本，中国电影市场仍需在疫情防控常态化之下探索更多的产业环节新突破。