

2025年2月 星期五 21日 乙巳年正月廿四

镇江周刊 ZHENJIANGDAILY 镇江报业传媒集团出版



Tel:0511-85010056 本报网址: http://www.jszw.com.cn

第 686 期

今年春节档的《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)已经成为一部现象级的电影。截至2月20日下午5时,这部贺岁电影的票房已经超过126亿元。目前,《哪吒2》已经打破70多项纪录,包括内地影史总票房冠军、内地影史春节档票房冠军等;全球动画电影票房榜首、全球影史票房总榜第8名、全球单一市场票房榜首等。

《哪吒2》的横空出世无疑是一颗重磅炸弹,它的影响不仅仅在票房上收获颇丰,更在投资、文化、旅游等多个领域掀起了一阵旋风,带来了令人瞩目的连锁反应。



你因为什么去看《哪吒2》

□ 华翔

一位体制内的老领导,近日发了一条朋友圈,内容是一句话,“我们也参与了百亿项目建设”,并附上了《哪吒2》,破100亿元!》的新闻链接。老领导也会有小年轻的兴致,不禁莞尔。然后,看到一篇文章,来自公众号“太行商评”的《腾讯是懂政治的》,讲的是“腾讯彻底转换了游戏发展的思维模式”。文中有两段话,“腾讯不再沉迷线上造梦,不是要把游戏变成消费者的迷幻剂,而是要把游戏变成消费者的社交润滑剂”;“游戏不应该是一个纯粹逃避现实的虚拟的空间,反而变成了一个服务于现实社交的有用的工具,来这里不再是逃避现实,而是找到了现实的延伸,这才是游戏的正确打开方式,不是迷幻剂,而是社交货币”。这两段话,让我突然明白了老领导的兴致所在:看《哪吒2》也好,发朋友圈也罢,兴致的密码或许正是两个字——社交。

电影是有社交属性的,这既包括亲朋好友一起去观影本就是一种社交方式,也包括现代电影的营销与宣传,越来越依赖社交媒体,甚至以用户生成内容即观众的参与和讨论来进一步吸引新的观众,更包括电影作为一种文化现象,能够引发讨论和共鸣,帮助人们建立共同的兴趣和话题。《哪吒2》的票房,前期或是因为电影本身的内容,但后期的持续爆发,已经成为文化地标事件,激发出民族自豪感情绪,成为当下社会共同的兴趣和话题,无疑是最大的驱动力。一个网络热词,众多网友积极参与这场“百亿项目”,纷纷在社交媒体晒出电影票根,就是例证。

于是,有些好奇的以“产品的社交属性”等为关键词进行网络搜索,却发现,社交属性似乎已然成为今日爆款产品的共同密码,特别是在“To C”的赛道上。我们有已经熟知并容易理解的。譬如拼多多以及直播电商能够在传统电商的经海中杀出重围,其在各自维度强化社交属性是重要利器。譬如游戏,直接有文章的主题就是“结交朋友收获爱情,游戏最大的魅力之一,就在于游戏的社交体系”,还有户外运动,马蜂窝2022年的《户外休闲风物报告》有数据显示,兴趣社交首次超过休闲放松、强身健体、家庭亲子等主流因素,以58.2%的比例成为影响年轻人户外休闲消费决策的重要因素。以及音乐节,公众号“塞立信数字传媒”2025年2月文章《音乐节的“流量密码”:如何从一场演出变成全民狂欢?》直言,音乐节具有强大的社交属性。数据显示74.0%的参与者倾向于结伴参加。音乐节作为后疫情时代最受欢迎的户外活动之一,不仅为观众提供了音乐的享受,更成为社交、文化和经济交流的重要平台。

有我们想一想也能想通的。譬如《江南晚报》有报道《年轻人热衷看展“看展式社交”,不一样的玩法》写道,近年来,年轻人热衷看展,可以结交到志同道合的新朋友,也能在社交媒体上分享自己的看展体验,“看展式社交”也被催生了主题词,“看展打卡”“逛展指南”“逛展穿搭”等词语,已经成为年轻人的“社交货币”,亦成为商家的“流量密码”和新兴消费产业的热点。并引用专业人士指出,“增强展览的社交属性将成为未来布展的着眼点”。公众号“沉浸城市”文章《城市文旅综合体创意运营案例分享与模式探析》也提到了现代文旅的社交属性:城市文旅既是本地人的“外交场”,又是外地人的“社交场”,它的多场景空间和多媒体内容,让特定的客群在此能找到同好好友,为属地客群和外来游客搭建起一个可交往、重关联的友好桥梁。

还有我们从来没有想到过的。譬如“零食”,正成为当代年轻人的社交硬通货”。《大原日报》有报道《百草味积极探索零食消费者需求场景,开拓坚果消费社交属性》,文中写道,“对于社恐的人来说,零食是打开社交场景的最佳钥匙……作为素有口碑的坚果品牌健康零食品牌,百草味精准洞察消费者需求对产品进行优化升级,依据消费者的不同需求场景不断创新产品供给。”甚至还有农贸市场。专业公众号“飞洋设计”曾刊文《农贸市场设计:强化社交属性,让“烟火气”变成“吸引力”》指出,在如今的市场环境中,消费者越来越注重购物的体验和感受。农贸市场,不仅仅是买菜的场所,更是邻里交流、社区互动的重要空间。通过强化社交属性,设置休息区、互动体验区,以及合理的空间布局……一个充满社交氛围的农贸市场,不仅能让人感受到生活的“烟火气”,还能成为人们生活中的一部分。

已然有文章高呼“未来,一切产品都是社交产品”。这句话,或许绝对了。但毋庸置疑,在社交网络发达的今天,社交属性仿佛拥有魔力,能够激发人们的参与感,从而增强传播力。如是,提振和扩大消费,包括新型消费的培育,社交属性当是我们一定要重视的。

投资产品、文化周边、旅游目的地……

《哪吒2》连锁效应持续发酵

本报记者 谢勇

股票、黄金 《哪吒2》带动投资消费



周一,光线传媒股票冲高后回调,但仍有一些投资者们看好后续走势。

除了股票投资,《哪吒2》还带动了周边产品的热销,其中复刻乾坤圈的黄金手镯当属最贵周边。作为哪吒的标志性武器,乾坤圈在电影中被赋予了强大的力量 and 神秘色彩,深受观众喜爱。

在某社交平台上,有网友晒出自己2020年购买的哪吒联名金手镯,纯金手镯重60g左右,当时花了2.8万元买的。这款手镯造型精美,有镂空、龙纹,还加了绿钻。很多看完《哪吒2》的观众发现,这款手镯是一比一还原的乾坤圈,他们纷纷表示,“太想要了,今年能不能再出一个。”

《哪吒2》的大卖让影视资本市场为之沸腾。参与影片制作、发行与放映的影视公司股票,成为投资者眼中的香饽饽。光线传媒作为主要出品方,股价在节后的9个工作日内,收获多次涨停,股价从9.53元最高上涨至41.68元,最高涨幅337.3%,市值一度突破百亿元。

市民李先生透露:“我是节后第一个工作日买入的光线传媒,这次春节假期《哪吒2》上映期间,票房迅速上涨,还不断刷新各种纪录,我就果断买入了股票,事实证明我的判断没错。”他表示,自己共持有了光线传媒股票4天,收益在40%左右,“没想到后面还连续涨了好多天,没有一直持仓有些遗憾,但这波收益也不错了……”

一段时间,在社交媒体和投资论坛上,关于《哪吒2》相关股票的讨论热度居高不下,形成了独特的投资氛围。本

盒包含8个手办,包括“藕粉哪吒”“战斗敖丙”“捣蛋哪吒”在内的8款盲盒手办,还有两款《哪吒之魔童降世》抱抱系列的搪胶脸毛绒产品。“手办造型可爱,年轻人都喜欢,我同时也在网络平台预订了,虽然都需要加价,但希望可以集齐……”

除了哪吒盲盒外,哪吒相关图书、食品、3C产品同样热销。某电商平台还开设了哪吒专场,各种官方授权的哪吒周边产品一应俱全,涵盖盲盒、玩具、手办、图书、牙膏、牛奶以及各种3C商品等。

记者在某电商平台输入“哪吒之魔童闹海”,就跳出若干个相关商品。其中,有哪吒、敖丙、太乙真人、申公豹等人物的徽章,有神态各异的哪吒毛绒挂件,哪吒变脸按压挂件摆件……

“我已经是二刷了电影,感觉特别好,第一时间就从网上订购了手机壳。”市民吕小姐甩了甩手中的手机对记者说,自己买了一个哪吒的,给男朋友买了敖丙的,“新年新气象,感觉拿在手里,特别引人注目……”

吴女士则是给二年级的女儿购置了一套哪吒的学习用品,书包、书包挂件、笔盒、笔等,“孩子特别喜欢这部电影,还模仿电影



里面的台词。我希望通过这些产品,让孩子更多地了解中国传统文化,感受中国神话故事的魅力。”她说,这些用品在开学之后,让孩子收到了许多同学羡慕的眼光。

据统计,自《哪吒2》票房破1亿元开始,直至120亿元,饺子导演已手绘100多幅海报。多家网购平台显示,多个店铺正在出售饺子导演手绘海报做成的扑克牌,价格在2元至17.5元不等,部分店家的销量过万。

昆仑、天津、宜宾 《哪吒2》带动旅游消费



一,在《哪吒2》的带动下,陈塘庄和哪吒小镇等相关景区也迎来旅游热潮。数据显示,该区域的酒店预订量同比增长超过60%。

市民李女士一家开学前刚去了一趟,在景区看了巨型哪吒身份、古陈塘地图墙绘,还去了哪吒主题公园、风火轮体验区、莲花宝座拍照打卡。她表示:“我带着孩子一起来的,想让他了解中国传统文化。陈塘庄的哪吒文化氛围非常浓厚,孩子玩得很开心,也学到很多知识。通过这次旅行,他对哪吒的故事更感兴趣了,回家后还让我给他买书。”

四川宜宾市翠屏山景区“哪吒行宫”景点也是吸引了众多游客。自电影《哪吒2》火爆出圈后,“哪吒行宫”的关注度持续上升。有数据显示,“哪吒行宫”累计接待游客数量较往年同期增长了近300%。同样带孩子前去游玩的市民朱先生表示:“我对中国传统文化、神话故事一直很感兴趣,这次来到宜宾,真的大开眼界。这里的哪吒文化氛围太浓厚了,每一个景点都很有特色。通过这次旅行,孩子很开心,对哪吒文化有了更深入地了解,也更加喜欢这个神话人物了。”

随着电影的火热,在“小红书”上,与哪吒相关的旅游攻略变得多了起来,不少影迷在刷完电影之后,开始打卡哪吒相关的景点,包括新疆昆仑山景区、四川宜宾的哪吒行宫、天津陈塘庄等。

《哪吒2》中的昆仑山是神仙修炼的圣地,云雾缭绕,仙气飘飘。而现实中的新疆昆仑山景区是国家4A级旅游景区,有着广袤的草原、繁茂的植被,巍峨的雪山和辽阔的草原。沈先生说,自己当时就被电影里恢弘的场面所吸引,正好年前刚买了新相机,再通过网络查询,发现景区近期不仅实行免门票政策,还推出了一系列以“电影同款打卡地”为核心的旅游体验项目。“从历史悠久的约特干古城探寻历史的足迹,到热闹非凡的玉都城玉石交易中心,再到灯火阑珊、美食飘香和田夜市品尝地道的美食,这样的线路安排很吸引我……”

天津陈塘庄作为哪吒传说的发源地之

盲盒、挂饰、扑克 《哪吒2》带动文化消费



《哪吒2》官方授权周边产品目前已有手办盲盒、爆米花桶、典藏版收藏卡、官方设定集和亚克力色纸等,在网络平

台上不仅热度高,销量也很高。记者查询发现,在几大电商平台上,“哪吒周边”“哪吒之魔童闹海斗篷(收藏卡)”“《敖丙传》实体书”等词条热度一直居高不下。

市民小胡告诉记者,自己之前就喜欢收集盲盒,这次哪吒电影火爆之后,他就想买相关的手办,“正常这个手办价格应该在120元左右,我之前在苏宁影城看到影院入口处展示架内,蓝色盒装的敖丙手办售价380元。工作人员说,相关周边几天前就卖完了。”他表示,自己之后,又跑了万达影城、欧尚的横店激光影城等其他影院,工作人员均表示无货。

不死心的小胡之后又跑了南京、扬州的多家影城和专卖店,都没有买全。他介绍,《哪吒2》天生羁绊系列手办盲



特稿 谢勇



扫描二维码 关注公众账号

镇江 品读

责编 谢勇 视觉 谢勇 校对 尹红华



导读 DAO DU

文徵明金山三咏

一口消失的老井

爱上读书

→ 10 版

→ 11 版

→ 12 版