

春节多部影片票房“逆涨” 优质内容“对冲”高票价

□ 本报实习记者 胡静

随着春节小长假的结束,2022年春节档电影总票房报收60.35亿元,位列影史第二位,仅次于2021年春节档78.42亿元的总票房收入。而与之伴随的,则是52.7元平均票价的“历史之最”。高票价之下,电影票房却不敌去年,更是远远未及之前某些媒体所宣称的“冲刺80亿元票房”的“豪言壮语”,这是否意味着从2013年到2022年,在春节档电影的第十个年头,其号召力已趋于饱和?

春节档票房创历史第二

据猫眼向记者提供的数据显示,2022年1月31日至2月6日,春节档档期总票房共计60.35亿元,创中国电影市场春节档档期票房第二稳。其中,《长津湖之水门桥》走势稳健,以25.28亿元票房问鼎2022年春节档;《这个杀手不太冷静》自大年初二起开始逆袭,连续6日票房破2亿元,稳坐2022年春节档亚军;《奇迹·笨小孩》随着口碑的发酵,跌幅控制在5%以内,大年初五单日票房再度破亿元;《狙击手》更是一路走高,大年初五单日票房大涨32%,连续两天超越上映首日票房表现;包括《熊出没·重返地球》也拿出了系列最佳的表现,刷新了春节动画电影档期票房纪录。

2013年,周星驰喜剧电影《西游·降魔篇》标志着春节档的正式诞生。除2020年因受新冠疫情影响,全国影院暂停营业,春节档七部影片全部撤档外,十年来,走进电影院看春节档电影已经成为许多人庆祝和欢度农历新年的重



要方式之一,并由此催生了一大批诸如《流浪地球》《红海行动》《你好,李焕英》等优秀国产影片,而《唐人街探案》《熊出没》等系列电影更是被打造成亮眼IP,持续多次斩获春节档高票房及口碑。

成本上升带来票价高涨

然而,在春节档电影总票房第二高点背景下,被消费者深深诟病的却是十年来52.7元的历史平均最高票价。记者从猫眼提供的数据中获悉,近五年春节档电影票价均呈持续走高态势,2017年平均票价为37.8元;2018年平均票价略有涨幅,为39.7元;2019年平均票价一跃达到44.6元;2021年平均票价上涨至48.8元;今年平均票价则突破新高,增至52.7元。

记者于春节期间在多家电影购票

平台看到,北京地区百元以上的票价并不罕见,五六十元的票价已属居中,而四十元以下的票价基本难觅踪影。面对高企的票价,不少观众表示“太贵了”。消费者左先生认为,今年春节档的电影票价过高,动辄上百元一张票,一家三口如果看一场电影就要花费三四百块钱,超出预算不少。

春节档的电影票价贵在何处?记者就此问题采访了北京新影联天影影城次渠城市之光店的工作人员。该工作人员提供给记者的数据显示,春节期间,该影院的日平均票价基本维持在40-50多元左右,只有2月5日的平均票价达到80.1元。对方表示,因春节期间国内疫情呈现多点散发态势,为了保障观影安全,影院做了很多相关措施和服务,导致人员成本和物料成本都有所上升,直接影响了电影票

的价格。“尤其是在上座率方面,为了响应疫情防控号召,保障观众的安全,影院对上座率一直控制在75%左右,这无形之中就给票房造成了一定压力,也是票价居高的主要原因之一。”

“相信中国的电影观众”

高票价之下,电影票房却不敌去年,这是否意味着在春节档电影的第十个年头,其号召力已趋于饱和?对此,猫眼却有不同看法。猫眼向记者提供了春节档《这个杀手不太冷静》和《狙击手》两部影片的票房数据,从数据中可以看出,《这个杀手不太冷静》先后三次实现票房逆袭,而《狙击手》的票房更是接连四天持续逆涨,成为此次春节档名副其实的“后起之秀”。

“从多部影片的连番逆袭可以看到,如今的观众对于优秀的好电影仍不会不遗余力地大力支持,品质为王依旧是市场的金科玉律,是吸引观众的核心动力。”猫眼表示,从2013年至2022年,春节档电影先后经历过高速发展的2014-2015年,打通票房爆款上升链路的2017-2019年,快速复苏的2020-2021年,而在2022年春节档的第十个年头,面对“票房第二高点”和“历史平均最高票价”,优秀的影片仍展示了其优异的票房走势,这也充分说明春节档电影并未疲软或饱和,只是更需要加强对市场的重新调和和持续培育。

“只要有好电影上映,只要影片内容‘值回票价’,观众就会源源不断地走进电影院。我们永远可以相信中国的电影观众。”

“粤字号”食品春节走俏海内外

随着中国春节、元宵节相继来临,节庆食品出口进入高峰期。以节日糖果、速冻点心等食品为代表,“粤字号”食品走向全球,征服世界味蕾。

黄埔海关所属东莞海关介绍,糖果是东莞本地特色食品产业之一,仅2021年,东莞地区出口糖果货值约2700万美元,畅销俄罗斯、韩国、日本等50多个国家和地区。

前不久,东莞市徐记食品有限公司出口了一批重30吨的棉花糖、橡皮糖到韩国。“近期是糖果出口旺季,接下来

还会销往RCEP区域内的国家,以及中东地区,订单都排满了,这一阵子都有得忙!”该公司高级经理张军鹏说。

特色传统食品依然受海内外消费者喜爱。浸泡、刮肠、灌水、腌肠、漂洗,东莞市德鸿肠衣有限公司的三条生产线马力全开,每天生产肠衣30万米,这些肠衣可供做成1000吨腊肠。

“不做快一点就不能赶在年前交货。”东莞市德鸿肠衣有限公司经理蒋爱华说,“腊肠深受港澳、东南亚地区人们的喜爱,是不可或缺的年货。肠衣作

为腊肠外衣,需求量巨大。”春卷等简单易上手的食品成为近期出口爆款。在广州酒家集团利口福食品有限公司,往年出口的新春节庆食品以速冻汤圆、饺子为主,今年以来春卷“后来居上”,销售额大幅增长了80%。

该公司出口部经理文浩生介绍:“公司出口产品持续稳定增长。疫情以来餐饮打包量激增,春卷出品速度快、不含汤汁,加之口感香脆,兼容东西方饮食习惯,成了销量‘黑马’。”

保障“舌尖上的安全” 去年我国主要农产品监测合格率97.6%

近日,记者从农业农村部获悉,2021年,我国主要农产品监测合格率为97.6%,农产品质量安全形势持续向好,为全面推进乡村振兴实现良好开局提供了有力支撑。

据农业农村部相关负责人介绍,2021年,我国实施农业品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产提升行动,农产品质量安全监测总体合格率

97.6%,新认证绿色、有机、地理标志农产品2.6万个,实施地理标志农产品保护工程,实现产值1658亿元。

“2022年,我们要围绕‘守底线’,继续实施食用农产品‘治违禁 控药残 促提升’三年行动,着力解决突出问题。”相关负责人表示,各级部门要强化绩效考核,推进乡镇网格化管理和承诺达标合格证制度,持续压实地

方政府、监管部门和生产主体三方责任。

在实施农业标准化提升计划方面,继续推进农产品“三品一标”发展。“我们将围绕强支撑,持续加强监测评估和追溯管理等工作,加快推进信息化监管、农安信用、制度机制构建等新举措。”该负责人表示。

(李栋)

春节假期遇上北京冬奥 冰雪景区门票订单同比增近40%

春节假期遇上北京冬奥会,掀起冰雪游新热潮。冰雪游已不是北方专属,在南方同样火热,我国东西南北一年四季全面开花的冰雪经济新格局已经成型。北京冬奥会激战正酣,冰雪旅游的热度随之持续攀升。刚过去的春节假期,冰雪游成为大受人们欢迎的时尚新玩法。

冰雪景区门票订单同比增长近40%

大年初三,北京国贸溜冰场气氛火热。记者在现场看到,冰场里人头攒动,而冰场外还有许多人在等候入场。由于疫情防控要求,溜冰场限流,现场拿号后还需要等待大约3小时才能进场滑冰。几位来晚了的市民不无遗憾,“改天早点过来才能滑上冰”。

滑雪场同样火爆。小超是一名滑雪爱好者,他在假期去了几次北京渔阳国际滑雪场,感觉到滑雪场的人流量是平时的好几倍,“人多得跟下饺子一样”,雪场接送的班车也需要至少提前一天预订才有座位。晚上6时开始的

夜场人相对较少,但也比平时多。

携程旅行发布的《2022年春节旅游总结报告》显示,春节假期滑雪主题酒店预订量同比增长54%,冰雪、滑雪景区门票订单同比增长近40%。而冰雪旅游热潮也让东北的冰雪旅游市场持续升温,春节期间以东北三省为目的地的机票预订,同比增长超5成。

春节假期前,国家体育总局、文化和旅游部联合发布了北京、辽宁、吉林等14条冰雪主题体育旅游精品线路,成功带热了周边滑雪、温泉、非遗、研学、美食、酒店等业态。

南方人也可在家门口享受冰雪乐趣

贵州六盘水梅花山国际滑雪场、浙江大明山万松岭滑雪场、安徽天柱山滑雪场……这些南方的滑雪景区,在春节假期拥有较旺的人气。随着南方地区户外高山滑雪场、室内冰雪馆的涌现,冰雪游早已不是北方专属,越来越多的南方人也可以在家门口享受冰雪乐趣。

广东已建成冰雪运动场地20个,在今年春节假期成为国内冰雪旅游热门目的地;重庆市文化和旅游发展委员会的数据显示,春节假期冰雪主题休闲旅游备受青睐,冰雪旅游相关产品订单量同比增长超过30%;湖北省文旅部门统计数据显示,春节期间宜昌百里荒度假区等热门冰雪旅游目的地接待游客逾3万人次,同比增长约60%。

文化和旅游部近日公布的10条全国冰雪旅游精品线路中也有南方元素,“冬日烟火·南国雪乡”线路涵盖武汉、宜昌、重庆、成都、峨眉山等地,沿线拥有宜昌百里荒滑雪场、五峰国际滑雪场、神农架国际滑雪场等数十个冰雪旅游点,还有神农架冰雪节、恩施绿葱坡雪地音乐节+青少年科普冰雪基地冬令营等特色冰雪活动及体验形式。

中国旅游研究院院长戴斌认为,东北、京津冀、新疆三足鼎立,西藏、青海为代表的青藏高原冰雪旅游观光带,四川、贵州、湖北为代表的中西部冰雪休闲带“两带崛起”,东西南北一

□ 本报记者 卢岳

无论线下餐厅里,还是电商平台,各类预制菜成为疫情防控下更多消费者的新选择。记者看到,预制菜凭借更简单便捷的操作,不仅让居家年夜饭更有仪式感,同时更满足了当下年轻消费群体“懒”经济消费习惯下对仪式感、菜品口味和更低操作门槛的需求。

记者了解到,在餐饮类中,预制菜公司主要从事的是供应链的角色,通过中央化、规模化、集约化的方式加工生产半成品菜肴供酒店餐馆销售。

“水煮肉、佛跳墙、粉蒸肉都是年夜饭代表,但对厨艺和食材的要求比较高。尤其是家里人少,总觉得做少了太费事、做多了又浪费。”选择在京就地过年的消费者张瑞告诉记者,购买预制菜半成品则解决了这种尴尬,“操作简单、成本不贵,几分钟就让大厨水平的菜品上桌。”

记者在走访中看到,目前推出预制菜的除了传统餐厅外,在商超及线上电商平台预制菜销量也呈现快速上升趋势。除了熟悉的餐饮老字号方便坊、峨眉酒家等知名品牌外,还有新希望、理象国、盒马等食品和零售企业入局,同时叮咚买菜、每日优鲜等生鲜平台也加入该领域,推出自有品牌预制菜。“预制菜是近五年食品加工行业中发展最快的子行业之一。”国海证券分析师指出,预制菜帮助餐饮企业有效节省人工成本、时间成本,后厨面积等,同时也对餐饮行业提升连锁化率、标准化率有重要帮助。而疫情影响以及人们日益变快的生活节奏,也使得消费者居家做饭需求下预制菜的需求显著提升。

但记者注意到,在线上电商平台预制菜的售后评价中,一些消费者在肯定了其便捷的优势同时,对菜品的质量、安全卫生和实惠价格背后的原材料品质方面产生质疑。“预制菜的形式虽好,但对家中老人孩子来说,不知道营养、新鲜度和食品安全究竟如何,长期吃会不会存在问题。”

业内专家指出,在大众消费层面,预制菜品更多服务于消费者“省时省事”的日常用餐需求,所以主流的菜品种类更



集中在主流热门单品上。与此同时,菜品品质和对应的价格将直接挂钩终端市场规模,这也让原材料类的预制菜公司更可能跑出不错的业绩。记者看到,养猪巨头新希望及肉制品加工行业品牌得利斯等纷纷向预制菜“下手”。

值得注意的是,新希望方面称,目前公司正在积极开展预制菜业务,公司2021年上半年销售各类深加工肉制品和预制菜12.15万吨,同比增加2.63万吨,增幅为28%。而此前新希望旗下美好品牌的小酥肉、炸蘑菇等单品在多年来供应B端火锅品牌,近年来开始向C端布局,并凭借单品出圈获得了大量消费者追捧。

记者看到,尽管预制菜在2022年春节前受到广泛关注,但事实上,新希望美好小酥肉等火锅系列单品早已在“预制”的模式下,凭借原材料优势、制作工艺和口感俘获了大量消费者的心。在日前举办的第十一届质量榜样·2021传媒大奖评选活动中,“美好农家小酥肉”作为近年来火锅食材融合发展的典型和特色产品,以高票数斩获“2021年度·消费者喜爱品牌”。而其背后是新希望在摒弃了传统产品研发思维后引入的大厨思维——将大厨请进研发实验室,亲手指导点评,更安排研发工程师走进餐厅后厨,观摩学习每一个细节;大厨们的制作手法,点餐和上菜的流程,小酥肉炸烫涮煮的多种场景。这种前所未有的“大厨研发”创新合作方式,让美好农家小酥肉完美继承了传统工艺的技术要点,在创新的速冻形式下,仍能保持外酥内嫩的口感和大师级的复原度,这也使得美好农家小酥肉自2020年推出以来,在各大专业赛事上荣获多项大奖。而这种优势和行业积淀也让消费者对新希望即将推出的预制菜系列产品抱有更高期待。

食品产业分析师朱丹蓬表示,猪肉、肉企做预制菜有成本优势,但隔行如隔山,预制菜还没有统一的行业标准,如何落地实施、在业绩上如何变现将成为其进入该赛道的首要难题。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅认为,猪企、肉企在上游供应链有稳定的基础、品牌优势,以及强大的客户群体和渠道优势,这些能够令其在预制菜赛道先占得一些优势。另外,在猪肉价格相对低迷的情况下,布局预制菜也能帮助其进行产品升级。

预制菜成春节「重头戏」 肉企入局更具产品竞争优势

四季全面开花的冰雪经济新格局已经成型。

滑雪旅游“国字号”带动更多游客“上冰雪”

日前,文化和旅游部、国家体育总局公布了首批国家级滑雪旅游度假地名单,北京延庆海陀、河北涞源、河北崇礼等12家滑雪旅游度假地入选。滑雪旅游“国字号”通过打造高水平的滑雪运动设施和高品质的旅游度假服务,带动更多游客“上冰雪”。

国家级滑雪旅游度假地着力完善滑雪旅游服务及交通、住宿等配套设施服务,给游客提供更好的冰雪体验。目前正处于冬奥会赛事保障阶段的北京延庆海陀滑雪旅游度假地,共有涵盖青年旅社、豪华酒店的客房975间,在冬奥会后将面向游客提供服务;河北崇礼投入运营的滑雪场已达7家,拥有索道166条,长度达159.7公里,各类缆车索道67条、总运力达每小时6.37万人次;吉林抚松长白山滑雪旅游度假地新投入1000余万元,更换了1.2万件滑雪装备。

多家“国字号”滑雪旅游度假地还借助冬奥会契机,开展特色活动,打响滑雪旅游品牌。河北涞源滑雪旅游度假地举办河北省第三届冰雪运动会、推出登山滑雪温泉套票惠民活动;黑龙江亚布力滑雪旅游度假地以体育赛事和文旅活动为载体,开展多项系列活动,还举办了第十九届“线上滑雪节”;四川大邑西岭雪山滑雪旅游度假地推出“夜游西岭”活动,西岭雪山滑雪学校还持续推出“免费滑雪教学”特色服务,初学者现场报名就可跟着专业滑雪教练学习。

冰雪游的发展被认为有着较大的市场潜力。中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告(2022)》显示,全国冰雪休闲旅游人数从2016-2017冰雪季的1.7亿人次,增加到2020-2021冰雪季的2.54亿人次,预计2021-2022冰雪季将达到3.05亿人次,我国冰雪休闲旅游收入有望达到3233亿元。(吴丽蓉)

国内首个电子烟安全性临床研究启动

2月7日,电子烟安全性临床研究已在世界卫生组织国际临床试验注册平台一级机构中国临床注册中心(ChiCTR)成功注册。据悉,这是国内首个聚焦“电子烟安全性”的临床研究。

据悉,本次研究聚焦电子烟安全性,以受试者的呼吸功能与心血管功能为主要指标,测试电子烟是否存在急性影响。本次研究由中山大学雾芯科技雾化产品评价实验室承接,该实验室是国内雾化科学领域首个覆盖非临床至临床研究阶段的全流程研究平台。该研究是RELX悦刻雾芯科技发起的第二个临床研究项目。2021年3月,悦刻曾成功申报国内首个电子烟临床研究,探索使用电子烟、卷烟对吸烟健康受试者人体生物标志物的影响。目前,该研究已顺利完成,结果将于年内发布。

项目负责人、中山大学雾芯科技雾化产品评价实验室副主任钟国平教授介绍,该研究拟招募36名有吸烟习惯的健康受试者随机分组,观察不同产品对受试者呼吸功能、心血管功能的短期影响。临床研究通常用于新药研发,通过在受试者身上进行试验,评价药品的安全性和有效性。

悦刻联合创始人、研发与供应链负责人闻一龙表示,“作为国内首个利用现代医学、毒理学等方法开展系统性研究的电子烟品牌,悦刻将持续投入科研,带动行业规范发展。”据悉,目前国内电子烟科学研究体系尚不完善。随着电子烟产业纳入法治化、规范化轨道,确保品质安心,加强雾化科学基础研究,维护消费者利益已成为行业健康发展的必选项。