

一周“网”来

距下一个除夕还有300多天

2月5日是春节后首个工作日，不少网友感到无精打采，认为这是春节的“戒断反应”。这些春节节后综合征，源于假期后环境转变引发的抑郁、焦虑情绪。专家指出，节后50%的人会出现此类症状，属正常心理状态，最简单的放松方法是发呆，其次要调整作息、适量运动、合理规划任务及保持健康饮食。据悉，下一个法定节假日是清明节，距离春节后首个工作日59天。

苍穹与我有共振

今年春晚，一首《斗柄指东天下春》尽显中华智慧。在不同的季节，北斗七星在夜晚相同的时间，出现于天空不同的方位，看起来就像在围绕北斗极星转动，古人又根据斗柄所指的方向来决定季节：斗柄东指，天下皆春；斗柄南指，天下皆夏；斗柄西指，天下皆秋；斗柄北指，天下皆冬。网友给出以上感叹。

两个“哪吒”，顶峰相见！

据猫眼专业版等多个平台数据，2月6日，《哪吒之魔童闹海》总票房（含点映及预售）已打破由2021年上映的《长津湖》保持的票房纪录57.75亿元，位列中国电影票房总榜榜首。值得一提的是，电影票房排名第5的是《哪吒之魔童降世》。有网友评价：“用心做，不敷衍，观众都能看到，这个成绩实至名归！”还有网友说，最年轻的百亿票房男主来了，他就是小哪吒。

不愧是封神大战的MVP

国家电影局2月5日发布数据，2025年春节档（1月28日至2月4日）电影票房为95.10亿元，观影人次为1.87亿，刷新中国影史春节档票房和观影人次纪录。春节档上映的六部新片票房分别为：《哪吒之魔童闹海》48.39亿元，《唐探1900》22.78亿元，《封神第二部：战火西岐》9.98亿元，《射雕英雄传：侠之大者》5.92亿元，《熊出没·重启未来》5.09亿元，《蛟龙行动》2.74亿元。网友说《哪吒之魔童闹海》占了半壁江山，并对“小哪吒”的表现给出以上评价。

人好，马也好

2月4日下午，湖北省仙桃市汉江大桥附近，一男子落水。危急时刻，正在附近骑马的苏邵高迅速冲入水中，救起下水施救的亲属。新疆大叔依立拜也骑着“白龙马”跃入江中，与冬泳爱好者刘杭州相互配合，成功将男子救上岸。2月6日上午，湖北省仙桃见义勇为基金会授予依立拜、苏邵高和刘杭州“仙桃市见义勇为先进群体”称号，为“白龙”佩戴大红花，穿大红马衣，一同接受表彰。

致敬大白菜，包容所有

春节期间，山东名菜酥锅在网络爆红。起因是一位网友被一道大白菜竖立顶起锅盖的山东名菜震惊。山东网友纷纷在在线科普淄博山名菜酥锅，又称“北方佛跳墙”，是当地特色。酥锅食材丰富多变，食材要一层层铺下去，当那一片片大白菜帮子，码起小山丘的时候，这一锅的宝贝就算是封印了。酥锅拥有独特的“酥锅味”，外地人第一次吃可能吃不惯，但它是许多山东人春节的记忆。

年轻人体验流放宁古塔

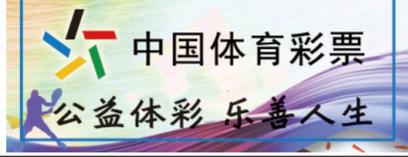
岁末年初，漠河成为热门旅行地。有人玩泼水成冰受伤，有人身份证被冻碎，还有人因寒冷生病返程。25岁的于玥和40岁的吴彬等人前往漠河跨年，通过抵达最北和最冷的地方，渴望找到一种跳出日常的仪式感。在苦寒之地冻得浑身发抖后，躲进一间小酒馆，又刚好听到喜欢的音乐，喝一杯酒。天寒地冻里，幸福变得格外简单，至于是受罪还是浪漫，情绪价值是自己给的。

愿前程可奔赴，岁月可回首

春节假期，“去不去同学会”成为热议话题。有人欣然前往重温青春记忆和同窗情谊，有人则因人生差异、话题不合或“青春之殇”避之不及。同学会“去”与“不去”是个人选择，但应适当“回头看”更要“往前走”，相聚“重一时”更要“重平时”，成长“向外比”更要“向内看”。无论选择如何，愿轻松赴约，亲切问候：“嗨，老同学，好久不见。”

对黄金的喜爱写进人类基因

世界黄金协会2月5日发布的报告显示，2024年第四季度黄金总需求同比增长1%，达到季度新高，全年总需求达到创纪录的4974吨。受地缘政治和经济不确定性以及投资者寻求避险资产推动，金价创下历史新高，黄金需求总额飙升，达到创纪录的3820亿美元。全球央行继续以令人瞩目的速度买入黄金，购买量连续第三年超过1000吨，其中波兰、印度和土耳其是最大的买家。（□记者 卢星 实习生 刘艺飞 整理）



大众新闻记者 师文静

单日大盘票房连续7天突破12亿元；2月3日总票房（含预售）突破80.20亿元，刷新中国影史春节档票房纪录；2月4日10时总人次突破1.7亿，刷新中国影史春节档人次最高纪录；档期总票房95.10亿元、总观影人次为1.87亿……在超级爆款影片《哪吒之魔童闹海》（简称《哪吒2》）的带领下，2025年春节档（1月28日-2月4日）实现总票房、观影总人次的最高纪录，把去年下半年流失的消费者逐渐拉回影院，实现了影市的重振，也给全年的电影消费开了个好头。

院线准备充分

2025年春节档上映的《哪吒2》《唐探1900》《封神第二部：战火西岐》《熊出没·重启未来》《射雕英雄传：侠之大者》《蛟龙行动》六部影片涵盖动画、喜剧、悬疑、战争、武侠、奇幻等多种类型，多部超级大作的续作“争霸”票房。破纪录的预售票房，预示着2025年春节档电影的火爆。早在1月27日，春节档预售票房已超过去年同期档期最终预售票房成绩，不少业内人士就预测，档期内总票房也将打破去年同期影史最高纪录，实现新的突破。

为了迎战本次强势的春节档，各大影院做好了充分准备。山东文旅集团电影院线有限公司副总经理王鹏告诉记者：“影院基本全员在岗，做好了充足的物料准备；节前对各影院设备进行了大检修，确保设备正常运转；有的影院开门营业时间提前到上午8:30，延时到凌晨2点。”

正月初一，观影大爆发，从县城到省会，每家影院都迎来客流高峰。初二，《哪吒2》口碑飙升，影院上座率100%的盛况堪称现象级消费场面。即便是有经验的影院，有的也被打了个措手不及。影院营业时间延长、客流激增、排片密集，影院高负荷运转，每个值班的人都在各自岗位上忙得团团转，最怕出票机、放映机、爆米花机等设备出问题。“不过，这是影市繁荣的表现，大家更有干劲了。”王鹏表示，长达8天的春节档影市是全面火爆、全面的消费繁荣，不只济南、青岛大商圈内影院一票难求，山东文旅院线所属县级影院也是人潮涌动，票房不断有新突破。根据猫眼数据显示，今年春节档山东省综合票房6.69亿元，观影人次超1292万，票房全国占比7%，总票房突破去年同期6.10亿元的好成绩。

高质量影片打头阵

大家预测到了2025年春节档票房大丰收的盛况，但没有预测到“超一强”的赢家通吃格局。六部影片都是超级大IP，其中五部是系列佳作的续集，只有《哪吒2》票房断层领跑，连续5天“逆袭”，以日均超6.2亿元的好成绩，在春节档斩获48.39亿元票房。2月6日，《哪吒2》票房突破60亿元，成为中国影史票房冠军，预测总票房已经提高到108.53亿元，该片或将首次实现单片超100亿元的影史大突破。《哪吒2》还将是2月乃至3月影市的“财神”，轻松登顶中国影史票房榜。

“哪吒”对票房的虹吸效应，也引发大家对这部动画电影的讨论。有影评人称，《哪吒2》是一部制作精良的高水平艺术佳作，也是一部深谙观众观影需求，能满足全年龄段观众的里程碑式动画电影。同样是对神话故事的现代改编，同样是集齐了宏大场面、英雄成长叙事等元素，《封神第二部：战火西岐》票房上败给《哪吒2》，就是因为别别扭扭的姬发没有哪吒成长转变中带来的极度燃爽之感。影片中，编剧为重塑肉身、浴火重生的哪吒

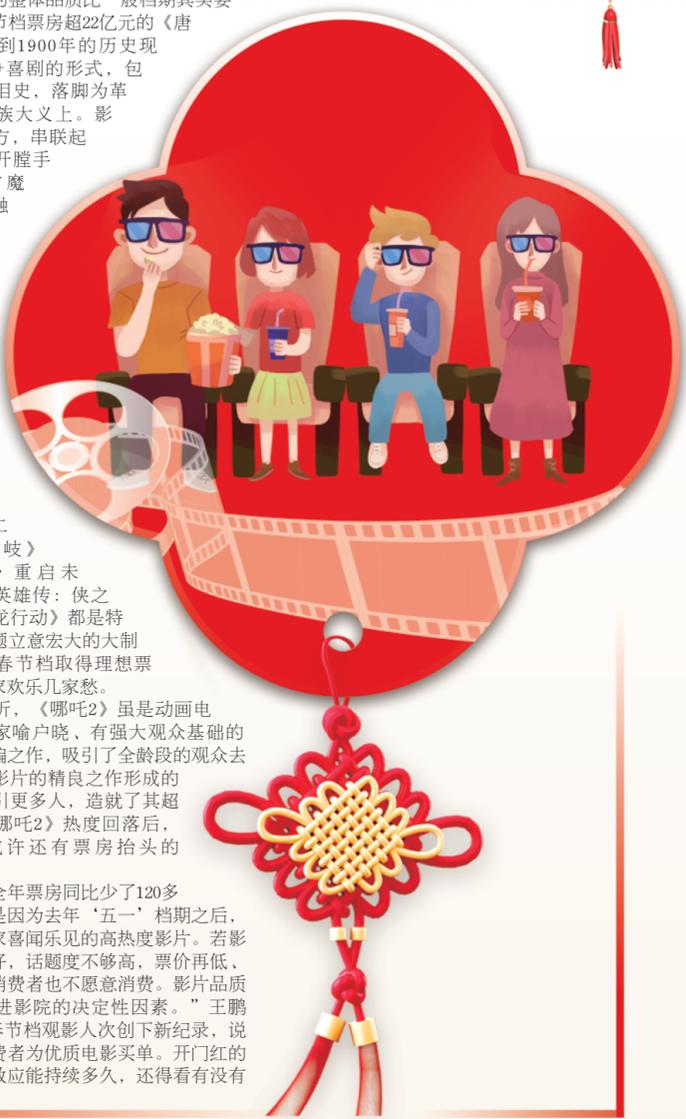
设置了世俗的偏见、超级反派等障碍，哪吒既反抗世俗对他的成见，又反抗滥杀无辜的大反派恶魔仙翁，直至喊出“若天地不容，我就扭转乾坤”的振聋发聩之声。一个彻底冲破禁锢、解放自我的哪吒带来强大的力量和勇气。不去打破旧世界，何来一个新世界，对照自我、民族乃至家国，哪吒的呐喊都是珍贵的。影片的主题表达、价值诉求，与观众的价值观念吻合，创作团队五年打磨的一部动画电影，尊重观众又尊重市场，影迷必然给予热烈的回馈。

除了票房一路飙升的《哪吒2》，今年春节档影片的整体品质比一般档期其实要好很多。春节档票房超22亿元的《唐探1900》回到1900年的历史现场，用悬疑+喜剧的形式，包裹着民族血泪史，落脚为革命奋斗的民族大义上。影片纵贯东西方，串联起福尔摩斯、开膛手杰克、东方魔术等传奇，融入晚清颓败、华工被压榨、革命党人救国等历史，呈现一个开阔、丰富的叙事空间，给观众带来不一样的观影体验。

《封神第二部：战火西岐》《熊出没·重启未来》《射雕英雄传：侠之大者》《蛟龙行动》都是特效丰富、主题立意宏大的大制作，没能在春节档取得理想票房，可谓几家欢乐几家愁。王鹏分析，《哪吒2》虽是动画电影，但它是家喻户晓、有强大观众基础的神话故事改编之作，吸引了全年龄段的观众去观看，同时影片的精良之作形成的高口碑又吸引更多观众，造就了其超高票房。《哪吒2》热度回落，其他影片或许还有票房抬头的趋势。

“去年全年票房同比少了120多亿元，主要是因为去年‘五一’档期之后，市场难见大家喜闻乐见的高热度影片。若影片质量不够好，话题度不够高，票价再低、活动再多，消费者也不愿意消费。影片品质才是观众走进影院的决定性因素。”王鹏称，2025年春节档观影人次创下新纪录，说明有更多消费者为优质电影买单。开门红的春节档市场效应能持续多久，还得看有没有

更多好品质的影片持续投放。“《哪吒2》让国产动画电影有了很大的提升进步，也抬高了观众的审美。接下来上映的影片质量如何，大家可能会拿来跟《哪吒2》作对比。观众的审美不断提升，对高质量影片的期待更大了。”



哪吒与DeepSeek

DeepSeek-R1，都在创造历史。哪吒作为一个传统神话人物，在电影中被重新诠释，打破了传统形象，赋予现代价值观。DeepSeek-R1作为时代领先的科技产品，挑战现有技术边界，以实力创造神话。两者的影响都是深远的，正如我们所看到的它们正在各自领域引发连锁反应，也必将带动更多创新。

《哪吒2》与DeepSeek-R1尽管分属电影和科技行业，但在精神内核与影响渗透上实际是一致的。它们都在自己的领域内勾勒出一副崭新的中国图谱，让世界重新认识中国。首先是精神内核的共通性。反叛与突破的意志表现。《哪吒2》延续前作对传统神话的解构，哪吒形象打破“天命论”，以“我命由我不由天”的精神内核，挑战既定规则，强调个体意志的力量。DeepSeek作为AI领域的突破者，其技术路径（如长上文窗口、多模态模型等）颠覆传统AI研发框架，体现了对技术边界的探索与突破。二者都以“叛逆者”姿态挑战固有体系，追求创新而非循规蹈矩。本土原创的自信表达。《哪吒2》以中国神话为基底，融合现代价值观，展现国产动画

的文化自信与技术实力。DeepSeek作为中国本土AI团队，其技术成果（如数学推理能力超越GPT-4）打破了国际对AI领域的技术垄断，彰显中国科技自主创新能力。二者均以本土化为根基，实现全球竞争力，推动“中国制造”的范式升级。绝不妥协的韧性书写。《哪吒2》也是一部科技之作。直动画工业中的特效制作等薄弱环节，主创团队没有轻易妥协、退而求其次，而是始终保持对品质的执着，最终呈现出无与伦比的制作效果。对DeepSeek而言，同样面对AI研发的长期投入与反复试错。毫无疑问的是，在质疑与困难中唯有时刻坚守目标、拥抱长期主义，才会赢得质变。其次是影响渗透的相似性。行业标杆效应。可以预见，《哪吒2》票房与口碑的成功必将推动国产动画工业化进程，激励更多资本与人才涌入，推动电影产业发展进入一个更加良性的发展阶段。DeepSeek的技术突破（如开源模型）大幅降低AI应用门槛，触动行业既有评价体系，也将推动行业技术标准升级，加速AI普惠化。以标杆地

位重构行业格局，《哪吒2》与DeepSeek是阶段性历史成果的标志物，也是驱动行业未来发展的“鲶鱼”。文化输出潜力。哪吒作为中国传统文化符号，以持续不断的IP塑造向世界讲述中国故事。实际上，当DeepSeek-R1广泛引入大众讨论，其自身也正在成为一种IP。作为中国科技新锐和商业文化的崭新代表，DeepSeek以AI技术突破助力中国参与全球科技规则制定，实际也就是向世界展现中国的科技文化面孔。从“跟随者”到“引领者”，《哪吒2》和DeepSeek本身就是一种无穷的文化力量。再者是时代精神的一致性。《哪吒2》和DeepSeek-R1的面世之际，正是中国从“规模扩张”向“高质量发展”转型的关键期。从依赖模仿到自主原创的创新驱动，正在冲破一个个“卡脖子”的困境；从屈从西方标准到文化自信的表达，正在构建起独立话语体系；影视与科技看似分野，“内容+技术”双轮驱动的跨界融合，则向我们展示出商业与科技融合发展的无限可能。这种共鸣注定了不仅是商业或技术层面的成功，更是中国社会整体创造力与价值观升级的缩影。

漫谈

石念军

乙巳春节无疑是属于哪吒和DeepSeek（深度求索）的。电影《哪吒之魔童闹海》（简称《哪吒2》）上映9天，即一举刷新中国影史票房纪录。根据猫眼专业版预测，其总票房将超100亿元。这一预期数字意味着该片有望冲击全球单一市场票房冠军。DeepSeek亦如《哪吒2》一般横空出世，从天而降。这个被称为“AI六小龙”的科技创客公司，在1月20日发布DeepSeek-R1模型，很快登顶140个国家的苹果App Store下载排行榜。因其性能逼近OpenAI o1正式版，推理成本却仅为OpenAI o1的几分之一，DeepSeek迅即声名鹊起，备受全世界瞩目。不管是影视作品《哪吒2》还是科技产品