E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(4), 1552-1558
Published Online April 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1441042

Hans汉斯

现象级国漫春节档营销策略与话题发酵路径研究

曾国华

甘肃农业大学管理学院，甘肃 兰州

收稿日期：2025年3月13日；录用日期：2025年3月25日；发布日期：2025年4月23日

摘　要

本研究聚焦于国漫电影在春节档期间的创新生产路径、跨界营销策略、新时代营销手段及情感价值与文化认同。研究发现，国漫电影通过叙事创新、技术运用和营销推广，构建特色动漫生态体系，实现品牌系列化发展。跨界营销以《哪吒之魔童闹海》等作品为例，展示了国漫如何走向更广泛的市场。同时，新时代营销策略关注消费者需求和市场管理，提升国漫的市场竞争力。此外，情感价值在国漫营销中发挥关键作用，通过与品牌联合营销，增强文化认同和商业价值，推动国漫产业的繁荣发展。

关键词

国漫，春节营销，营销策略，话题发酵

Research on the Marketing Strategy and Topic Fermentation Path of Phenomenon Level Chinese Comics during the Spring Festival

Guohua Zeng

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Mar. 13th, 2025; accepted: Mar. 25th, 2025; published: Apr. 23rd, 2025

Abstract

This study focuses on the innovative production path, cross-border marketing strategy, new era marketing methods, emotional value, and cultural identity of Chinese animation films during the

文章引用: 曾国华. 现象级国漫春节档营销策略与话题发酵路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(4): 1552-1558.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1441042

Spring Festival period. Research has found that Chinese animated films have built a unique animation ecosystem and achieved brand serialization development through narrative innovation, technological application, and marketing promotion. Cross border marketing, using works such as "Fox Demon Little Red Maiden" as examples, demonstrates how Chinese comics can enter a wider market. At the same time, the new era marketing strategy focuses on consumer demand and market management, enhancing the market competitiveness of Chinese animation. In addition, emotional value plays a key role in the marketing of Chinese animation, enhancing cultural identity and commercial value through joint marketing with brands, and promoting the prosperity and development of the Chinese animation industry.

Keywords

Chinese Animation, Spring Festival Marketing, Marketing Strategy, Topic Fermentation

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Open Access

1. 引言

近年来，国漫在国内电影市场乃至全球范围内都取得了令人瞩目的成绩，展现出强大的发展潜力和文化影响力。从《大圣归来》到《哪吒之魔童降世》，再到《姜子牙》《白蛇：缘起》等，这些作品不仅在票房上屡创佳绩，更在艺术表达、文化传承和社会影响等方面获得了广泛赞誉，标志着国漫已逐渐步入发展的黄金时期。它们以独特的中国风格、深厚的文化底蕴和精彩的故事内容，成功吸引了大量观众，打破了以往国漫在市场上的小众地位，实现了从“小众爱好”到“大众文化现象”的转变。

2. 春节档——国漫的黄金战场

春节档作为中国电影市场的黄金档期，拥有无可比拟的独特优势，这些优势为电影票房的爆发式增长提供了坚实的基础，也为现象级国漫的诞生创造了有利条件。春节期间，人们普遍拥有较长的假期，这使得他们有更多的闲暇时间用于娱乐消费。根据相关调查数据显示，春节假期期间，民众的平均休闲时间较平日增加了 40%，为走进电影院观影提供了充足的时间保障[1]。同时，春节是阖家团聚的时刻，一家人共同观影成为了一种新兴的休闲娱乐方式。这种家庭式观影氛围浓厚，不仅增加了观影人次，还促进了不同年龄段观众的参与。春节期间，人们的消费意愿和消费能力都处于较高水平。经过一年的辛勤工作，人们在春节期间更愿意进行消费，以享受生活、增添节日氛围。电影作为一种大众娱乐消费，价格相对较为亲民，符合大多数家庭的消费预算。此外，春节期间的礼品消费、餐饮消费等也与电影消费形成了联动效应，进一步促进了电影市场的繁荣。据统计，2025 年春节档的平均票价为 50.8 元，较平日有所上涨，但观众的观影热情并未受到影响，反而推动了票房的进一步增长。

3. 现象级国漫《哪吒之魔童闹海》案例剖析

3.1. 票房与口碑双丰收

《哪吒之魔童闹海》作为一部现象级国漫，在 2025 年春节档取得了票房与口碑的双丰收，成为中国电影史上的一座里程碑。从票房成绩来看，《哪吒之魔童闹海》表现堪称惊艳。上映首日票房便高达 4.87 亿元，一举打破中国影史动画片首映日票房纪录，成功吸引了观众的目光，为后续票房的持续增长奠定

了坚实基础。此后，影片票房一路高歌猛进，展现出强大的市场号召力。截至 2 月 7 日，总票房(含点映及预售)突破 67 亿，超越《长津湖》，荣登中国电影票房总榜榜首，成为 2025 年全球票房冠军、内地影史动画片票房冠军，还成功斩获内地影史春节档观影人次冠军等多项殊荣。上映 21 天，影片总票房(含预售及海外)破 123.19 亿元，超过《头脑特工队 2》，强势登顶全球动画电影票房榜，现位居全球影史票房榜第 8 名。[1] 其票房的强劲增长势头，不仅证明了影片在国内市场的巨大成功，也在全球范围内引起了广泛关注，彰显了中国动画电影的市场潜力和国际影响力。

在口碑方面，《哪吒之魔童闹海》也收获了观众和影评人的高度评价。在豆瓣平台上，影片开分高达 8.5 分，这一分数在国产动画电影中名列前茅，反映出观众对影片质量的高度认可。观众们纷纷在社交媒体上分享自己的观影感受，称赞影片剧情精彩、制作精良、情感真挚。有网友表示：“这部电影不仅画面震撼，情感表达也特别打动人，哪吒和敖丙的友情让我哭了好几次。”还有网友称赞：“国产动画真的崛起了，这部片子无论是剧情还是制作都堪称一流。”影评人也对影片给予了充分肯定，知名影评人“电影侦探”在微博上写道：“《哪吒之魔童闹海》不仅是一部视觉盛宴，更是一部充满哲思的作品。它用现代视角重新诠释了传统神话，既保留了文化底蕴，又赋予了新的时代意义。”影片在国内外各大影评网站上也获得了较高的评分和好评，进一步证明了其在全球范围内的受欢迎程度。票房与口碑的双丰收，使得《哪吒之魔童闹海》成为当之无愧的现象级国漫。它不仅创造了中国动画电影的票房奇迹，也在艺术质量和文化影响力方面取得了显著成就，为中国国漫的发展树立了新的标杆。

3.2. 影片内容与文化价值

《哪吒之魔童闹海》在内容上对传统神话进行了大胆创新改编，巧妙运用丰富的文化符号，深刻传达了积极向上的价值观，具有极高的文化价值。影片对传统神话“哪吒闹海”进行了颠覆性的改编。在保留经典故事框架的基础上，导演团队大胆创新，赋予了角色全新的性格和成长历程。哪吒不再是传统意义上的“正义化身”，而是被设定为“魔丸转世”，背负着世人的偏见与误解。他的性格更加叛逆、不羁，充满了矛盾与挣扎，从最初的玩世不恭到逐渐理解父母的爱与责任，再到最终选择牺牲自我拯救苍生，哪吒的成长历程充满了曲折与感动。敖丙也不再是单纯的“反派”，而是一个同样背负家族使命的悲剧角色。他与哪吒从敌对到理解，再到携手对抗天命的过程，既让人感动，又发人深省。这种对传统神话的创新改编，打破了观众对传统故事的固有认知，使老故事焕发出新活力，让观众在熟悉的剧情中感受到全新的情感冲击。

影片中运用了大量的中国传统文化符号，如乾坤圈、混天绫、风火轮等哪吒的标志性武器，以及东海龙宫、太乙真人等神话元素，这些符号不仅丰富了影片的视觉效果，也承载着深厚的文化内涵。例如，乾坤圈代表着束缚与规则，哪吒在成长过程中不断挑战和突破乾坤圈的束缚，象征着他对命运的反抗；混天绫则代表着自由与灵动，与哪吒的性格相得益彰。影片中的场景设计也充满了东方美学韵味，如波澜壮阔的东海龙宫、云雾缭绕的仙山等，通过精美的画面展现了中国传统文化的独特魅力。此外，影片中的配乐巧妙融合了埙、笛、箫、古筝等民族乐器，以及高亢的唢呐声，营造出浓郁的中国传统文化氛围，让观众在听觉上也能感受到传统文化的魅力。

在价值观传达方面，《哪吒之魔童闹海》通过哪吒的成长历程，探讨了“我是谁”“我该如何存在”等哲学命题，传达了勇敢、正义、担当、反抗命运等积极向上的价值观。哪吒面对世人的偏见和误解，始终坚持自我，勇敢地追求自己的人生价值，喊出了“我命由我不由天”的口号，这种反抗精神激励着观众在面对困难和挑战时，要勇敢地抗争，不向命运低头。影片中还展现了亲情、友情的力量，李靖夫妇对哪吒的爱与包容，哪吒与敖丙之间超越敌友的友情，都让人感受到了温暖和力量。同时，影片也对社

[1] https://www.chinafilm.gov.cn/xwzx/gzdt/202502/t20250217_884889.html。

会现实中的一些问题进行了反思，如对权力的滥用、对弱势群体的歧视等，引发了观众的共鸣和思考。

《哪吒之魔童闹海》通过对传统神话的创新改编、文化符号的巧妙运用以及积极价值观的传达，不仅为观众带来了一场精彩的视听盛宴，也让观众在欣赏影片的过程中，感受到了中国传统文化的博大精深，增强了文化自信。它的成功，为中国国漫在内容创作和文化传承方面提供了宝贵的经验和启示。

4. 营销策略：精准出击，引爆市场

4.1. 档期选择的智慧

《哪吒之魔童闹海》选择春节档上映，堪称一次极具战略眼光的决策。春节档作为中国电影市场中最为重要且独特的档期，具有无可比拟的合家欢属性，这与影片的受众定位高度契合，为其成功奠定了坚实基础。

春节期间，阖家团聚是中华民族的传统习俗，一家人共同外出观影成为了一种热门的休闲娱乐方式。《哪吒之魔童闹海》凭借其精彩的剧情、精良的制作和丰富的情感内涵，能够满足不同年龄段观众的需求，无论是儿童、青少年还是成年人，都能在影片中找到自己的乐趣和感动。这种全年龄段覆盖的特点，使得影片成为了家庭观影的绝佳选择。一家人围坐在电影院里，共同欣赏这部充满欢乐与感动的动画电影，不仅能够增进家庭成员之间的感情，还能为春节假期增添一份温馨和欢乐的氛围。

春节期间，观众的观影习惯也发生了明显的变化。人们在假期中拥有更多的闲暇时间，愿意花费更多的时间和金钱在娱乐消费上。电影院作为一个提供高品质视听享受的场所，成为了人们休闲娱乐的首选之一。此外，春节期间的社交氛围浓厚，人们更倾向于选择具有话题性和互动性的电影，以便在观影后能够与亲朋好友进行交流和分享。《哪吒之魔童闹海》在上映前就通过各种宣传渠道引发了广泛的关注和讨论，上映后更是凭借其出色的口碑和精彩的剧情，成为了社交媒体上的热门话题，吸引了大量观众走进电影院。观众们在观影后纷纷在社交媒体上分享自己的观影感受和喜爱的角色，进一步扩大了影片的影响力和传播范围。

春节档的市场竞争虽然激烈，但也为优秀的电影作品提供了更大的展示平台和票房潜力。在这个档期，各大电影公司都会推出自己的重磅作品，市场关注度极高。《哪吒之魔童闹海》凭借其强大的品牌影响力、精彩的剧情和精良的制作，在众多竞争对手中脱颖而出。影片在上映首日就凭借超高的人气和口碑，取得了惊人的票房成绩，随后票房持续攀升，最终创造了中国动画电影的票房奇迹。《哪吒之魔童闹海》选择春节档上映，充分利用了春节档的合家欢属性和观众的观影习惯，成功吸引了大量家庭观众和各年龄段的粉丝。这一明智的档期选择，不仅为影片的票房成功提供了有力保障，也为中国动画电影在春节档的发展树立了新的典范。

4.2. IP 运营与粉丝经济

《哪吒之魔童闹海》在 IP 运营与粉丝经济方面展现出了卓越的策略与成效，充分利用前作基础进行 IP 延续与拓展，深度挖掘粉丝群体的力量，为影片的成功提供了坚实支撑。

2019 年，《哪吒之魔童降世》横空出世，以其颠覆性的剧情、鲜明的角色形象和精良的制作，成为中国动画电影史上的一座里程碑。这部影片不仅在票房上斩获了 50 亿的佳绩，更在观众心中留下了深刻的印象，积累了庞大而忠诚的粉丝群体。《哪吒之魔童闹海》作为前作的续篇，巧妙地延续了前作的故事脉络和角色设定，让观众能够在熟悉的基础上，进一步探索哪吒的成长历程和冒险故事。影片中，哪吒、敖丙等角色的性格特点得到了进一步的深化和拓展，他们之间的情感纠葛也更加扣人心弦。同时，影片在剧情上承接了前作的伏笔，如哪吒与敖丙的命运羁绊、龙族的使命等，为观众呈现了一个更加完整、精彩的故事。这种 IP 的延续，不仅满足了粉丝对前作的期待，也吸引了更多新观众的关注。

在延续前作的基础上，《哪吒之魔童闹海》大胆进行 IP 拓展，为观众带来了全新的惊喜。影片在角色方面引入了新的角色，为故事增添了更多的悬念和冲突，丰富了影片的人物关系网。在场景设计上，影片展现了更加宏大、奇幻的世界，如神秘的海底世界、巍峨的天庭等，这些新场景的呈现，不仅为观众带来了视觉上的震撼，也进一步拓展了“哪吒宇宙”的边界。此外，影片在主题上也进行了深化和拓展，从个人命运的抗争上升到对天地秩序、正邪较量等宏大主题的探讨，使影片具有了更深层次的内涵和思想价值[2]。

《哪吒之魔童闹海》高度重视粉丝群体的力量，通过多种方式与粉丝进行互动和沟通，激发粉丝的参与热情和忠诚度。在影片的宣传过程中，片方积极利用社交媒体平台，发布影片的预告、海报、幕后花絮等内容，与粉丝进行互动交流。例如，片方在微博上发起了“哪吒闹海，我命由我”的话题讨论，吸引了大量粉丝的参与，在微博上话题阅读量高达 50 亿，抖音上讨论量超过 20 亿。片方还举办了粉丝见面会、线上直播等活动，让粉丝有机会与主创人员进行面对面的交流，了解影片的创作过程和背后的故事。这些活动不仅增强了粉丝对影片的了解和期待，也进一步拉近了片方与粉丝之间的距离。

此外影片还推出了一系列粉丝专属福利，如限量版周边产品、独家观影礼包等，满足粉丝的收藏需求和情感需求。这些周边产品设计精美、品质优良，融入了影片中的经典元素和角色形象，深受粉丝喜爱。例如，影片推出的哪吒手办，以其精致的造型和细腻的工艺，一经推出便迅速售罄。通过这些粉丝专属福利的推出，影片成功激发了粉丝的购买欲望和传播热情，进一步扩大了影片的影响力和市场份额。

4.3. 跨界联动与周边开发

《哪吒之魔童闹海》通过一系列精彩的跨界联动与丰富多元的周边开发，成功地扩大了影片的影响力，拓展了商业价值，实现了品牌的全方位延伸。

在跨界联动方面，影片与多个不同领域的知名品牌展开合作，实现了资源共享、优势互补，共同打造了一系列令人瞩目的营销活动[3]。影片与蒙牛合作推出了联名款饮料，将哪吒的形象和元素融入到饮料包装和宣传活动中。联名款饮料的包装设计独具匠心，采用了影片中哪吒的经典造型和色彩元素，极具视觉冲击力。在宣传活动中，双方共同举办了线上线下互动活动，如扫码赢电影票、线下主题快闪店等，吸引了大量消费者的参与。这一合作不仅借助饮料品牌的广泛销售渠道，提高了影片的曝光度，也为饮料品牌注入了新的文化内涵和时尚元素，吸引了更多年轻消费者的关注。影片还与王者荣耀合作，推出了以《哪吒之魔童闹海》为主题的游戏皮肤。这些合作不仅满足了游戏玩家对影片的喜爱和期待，也为影片开辟了新的传播渠道，吸引了更多游戏爱好者的关注。通过游戏的互动性和社交性，影片的影响力得到了进一步的扩大。

周边开发是《哪吒之魔童闹海》商业运营的重要组成部分。影片推出了丰富多样的周边产品，涵盖了手办、玩具、文具、服饰等多个品类，满足了不同消费者的需求和喜好。这些周边产品设计精美、品质优良，融入了影片中的经典元素和角色形象，具有极高的收藏价值和纪念意义。例如，影片推出的哪吒手办，以其精致的造型和细腻的工艺，高度还原了影片中哪吒的形象和气质，一经推出便受到了粉丝的热烈追捧，成为了供不应求的爆款产品。周边产品的销售渠道也十分广泛，除了传统的线下玩具店、文具店等渠道外，还积极拓展线上销售渠道。通过电商平台、官方网站等线上渠道，消费者可以方便快捷地购买到心仪的周边产品。线上销售渠道的拓展，不仅提高了周边产品的销售效率，也扩大了产品的销售范围，让更多的消费者能够购买到影片的周边产品。

跨界联动与周边开发不仅为《哪吒之魔童闹海》带来了可观的经济效益，也进一步扩大了影片的品牌影响力。通过与不同领域的品牌合作，影片成功地触达了更广泛的受众群体，提升了品牌知名度和美誉度。丰富多样的周边产品则成为了影片的流动宣传载体，让观众在日常生活中能够随时随地感受到影

片的魅力，加深了观众对影片的印象和喜爱。

5. 成功背后的思考与启示

5.1. 对国漫产业发展的启示

《哪吒之魔童闹海》的成功，为中国国漫产业的发展提供了诸多宝贵的启示，在内容创作、营销策略、工业化发展等方面都具有重要的借鉴意义。

在内容创作上，国漫应深入挖掘传统文化资源，对传统神话、民间故事等 IP 进行创新性解构与普世化表达。中国拥有悠久的历史和灿烂的文化，神话传说、民间故事、历史典故等都是国漫创作的丰富素材库。《哪吒之魔童闹海》以《封神演义》为蓝本，对哪吒的故事进行了大胆创新改编，将传统神话与现代价值观相结合，赋予了角色新的生命力和时代内涵。这种对传统文化的深入挖掘与创新改编，既传承和弘扬了中国传统文化，增强了民族自豪感与文化自信，又能让当代观众在熟悉的故事背景中找到新的情感共鸣点。未来，国漫可以继续从《山海经》《聊斋志异》等传统文化经典中汲取灵感，展现独特的东方奇幻世界，传递如侠义精神、家国情怀等传统价值观。

国漫要注重故事品质和角色塑造。一个精彩的故事是动画电影成功的基石，《哪吒之魔童闹海》在剧情构建上更加复杂且富有深度，将故事置于族群命运与天下苍生的宏大背景下，角色面临的困境、做出的抉择以及内心的挣扎，使剧情充满张力与戏剧性。在人物塑造方面，影片中的角色形象立体饱满，哪吒和敖丙在成长过程中不断突破自我，配角如太乙真人、李靖夫妇等也性格鲜明，他们的情感关系和互动细腻入微。这启示国漫创作者要深入刻画角色性格，展现角色的多面性和成长弧线，让观众能够产生情感共鸣[4]。同时，在情节设计上要避免平铺直叙，设置合理的冲突与转折，增强故事的吸引力和感染力。

在营销策略方面，国漫应重视档期选择和精准营销。春节档作为中国电影市场最重要的档期之一，具有独特的市场优势和文化意义。《哪吒之魔童闹海》选择春节档上映，充分利用了春节档的合家欢属性和观众的观影习惯，成功吸引了大量家庭观众和各年龄段的粉丝。国漫作品在选择上映档期时，应充分考虑影片的题材、受众定位等因素，选择最适合的档期，以提高影片的票房潜力。同时，要制定科学的营销策略，根据影片特点和受众群体，选择合适的宣传平台和方式，如利用社交媒体、短视频平台等进行线上宣传，举办点映、粉丝见面会等线下活动，提高影片的曝光度和话题性，激发观众的观影热情。

5.2. 面临的挑战与应对策略

内容同质化是国漫面临的一个重要问题。由于市场竞争激烈，一些动画制作公司为了追求商业利益，往往会模仿成功的动画作品，导致市场上出现大量内容相似的动画。这种现象不仅会影响观众的观看体验，也不利于国漫产业的健康发展。为了应对这一挑战，国漫制作公司应加强创新能力，鼓励原创内容的创作。深入挖掘不同的题材和故事，避免题材的单一性和同质化。可以从现实生活、历史文化、科幻奇幻等多个领域寻找灵感，创作出具有独特视角和个性的作品。同时，要注重提高作品的质量和艺术水准，通过精湛的制作技术和深刻的思想内涵，吸引观众的关注。

国漫在发展过程中还面临着版权保护、产业链不完善等问题。版权保护是保障动画制作公司合法权益的重要手段，但目前中国的版权保护意识还相对薄弱，盗版现象时有发生，这给国漫产业的发展带来了一定的损失。为了加强版权保护，政府应加强立法和执法力度，严厉打击盗版行为，维护动画制作公司的合法权益。同时，动画制作公司也应加强自身的版权保护意识，及时申请版权登记，采取技术手段防止盗版。在产业链方面，国漫产业目前还存在产业链不完善、上下游协同不足等问题[5]。动画制作公司往往只注重作品的制作和发行，而忽视了衍生品开发、品牌授权等产业链的延伸。为了完善产业链，

国漫产业应加强上下游企业之间的合作与协同，形成完整的产业链条。动画制作公司应注重衍生品开发和品牌授权，通过多元化的商业模式，实现 IP 的价值最大化。同时，要加强与其他相关产业的融合，如与游戏、玩具、文具等产业的合作，拓展国漫的市场空间。

国漫在发展过程中虽然面临着诸多挑战，但也蕴含着巨大的机遇。通过加强内容创新、提升市场竞争力、培养专业人才、加强版权保护和完善产业链等措施，国漫产业一定能够克服困难，实现可持续发展，在全球动画市场中占据一席之地。

6. 结语

现象级国漫在春节档的成功并非偶然，而是多种因素共同作用的结果。春节档独特的市场优势和文化氛围，为现象级国漫的诞生提供了广阔的舞台。展望未来，国漫产业前景广阔，但也面临着诸多挑战。在内容创作上，国漫应继续深入挖掘传统文化资源，加强创新能力，注重故事品质和角色塑造，避免内容同质化。在市场竞争方面，国漫需要不断提升自身的竞争力，积极拓展国际市场。在人才培养上，要加强与高校、培训机构的合作，建立完善的人才培养体系。同时，要加强版权保护，完善产业链，促进国漫产业的可持续发展。

参考文献

[1] 李婧菲. 春节档电影在抖音短视频平台的影像构建和营销策略[J]. 国际公关, 2024(7): 158-160.

[2] 李一长. 突围春节营销, 流量、口碑不请自来[J]. 国际公关, 2024(2): 58-59.

[3] 尚可, 庄婉容. 非遗传统技艺数字动漫传播路径思索——以福建地域为例[J]. 秦智, 2024(6): 17-19.

[4] 徐晨帆. 侗族木构建筑营造技艺的动漫传播路径探索[J]. 湖南包装, 2018(2): 45-47.

[5] 肖华, 闫昕宇. 内蒙古文化资源动漫传播的现实与路径探讨[J]. 北方经济, 2018(2): 82-85.