

### 《2025年春節聯歡晚會》海外傳播多項指標再創新高

# 科技元素滿滿 助全球華人云上看直播

北京時間1月28日晚，中央廣播電視總台《2025年春節聯歡晚會》如約播出，數據顯示，其海外傳播多項指標再創新高。

#### 海外視頻觀看量5.2億次

中新社報道，記中央廣播電視總台29日表示，《2025年春節聯歡晚會》境內新媒體端的實時直播收視次數和互動量均創新高。據初步統計，新媒體端直播收視次數28.17億次，去年同期21.27億次，同比增長6.9億次。「豎屏看春晚」直播播放量4.96億次，較去年同時段提升18.09%，直播用戶人數達2.86億人，較去年同時段提升14.4%。春晚社交媒體話題閱讀量達166億次，比去年同期增加5.5億次；春晚社交媒體互動量達6.7億次，比去年同期增長13.75%。無障礙轉播及報道全媒體觸達5200萬人次。

海外傳播多項指標再創新高。CGTN（中國國際電視台）英語、西班牙語、法語、阿拉伯語、俄語頻道和82種語言對外新媒體平台2900多家媒體對春晚進行同步直播和報道，獲全球閱讀量超15.9億次，海外視頻觀看量5.2億次。央視網海外社交平台的直播播放量創新高，為7337萬次，較去年同時段提升21.39%。日本主流視頻網站Niconico連續第十年轉播總台春晚，實時在線看人數超10.1萬。數據顯示，全球87個國家136座城市共計3508塊公共大屏宣介或直播總台春晚。屏幕數較去年增加223塊，覆蓋國家和

城市數量較去年分別增長77.55%和51%。

#### 科技感十足是特點之一

從直播技術到舞台設計，從節目演員到觀眾互動，今年的蛇年春晚處處展現科技元素。總台編務會議成員姜文波表示，蛇年春晚運用超高清、虛擬現實、人工智能、立體視覺等技術，科技感十足是其特點之一。

歌曲節目《在歲月裡的花》的尾聲，藉阿里雲通義萬相的圖像風格化和首尾幀視頻生成技術，將舞台畫面瞬間化為定格油畫，這一時刻被網友點讚。

舞台設計也疊滿視覺技術。今年蛇年春晚的舞台造型宛如一柄「如意」，舞台中央的5米×5米LED立方體升降模塊，結合裸眼3D、超高清視覺投影和增強現實（AR）技術，打造出一個變幻無窮、層次豐富的「如意」空間，為現場增添了炫酷的視覺效果。

藉助「5×5」的立方地屏、條幕矩陣、AR虛擬和可變光柱等技術的應用，《迎福》《伊人》《棟樑》《喜上枝頭》等兼具現代與傳統視覺風格的節目，得以在「如意變化」中，碰撞出科技與中式傳統美學的美妙共鳴。

AI（人工智能）大模型讓觀眾觀看春晚的視角更豐富。今年春晚主舞台部署了通義大模型AI技術，呈現科幻電影中「子彈時間」經典畫面。該系統以「天空環繞視角」對甄子丹領銜的《筆走龍蛇》武術表演進行雲上多視角拍攝，為觀眾呈現「空中環繞、時空



機器人舞蹈《秧BOT》。

春晚直播截圖

凝結」等創新觀看體驗。

在《難忘今宵》節目中，通義萬相的AI圖像生成和風格化處理能力，將中國各地標誌性建築轉化為傳統花燈樣式，每個花燈地標的設計都融入當地文化特色。

機器人成為節目主角。機器人舞蹈《秧BOT》中，穿上紅色大花襖的機器人會變換隊形、舞動身體，靈活的機械臂還會多角度揮舞手帕，精準流暢的動作引發觀眾頻頻點讚。上場表演的是宇樹科技旗下的人形機器人H1，身高約180厘米、體重約70公斤，

是宇樹2023年8月推出的首款全尺寸人形機器人。H1能夠完成複雜的動作，如原地轉體、倒立轉體等，展現了高精度的運動性能。

今年雲技術助力全球華人共賞春晚。春晚直播畫面通過阿里雲部署在全球的雲基礎設施，從北京分發到全球各地的網絡平台及網絡轉播機構，同時滿足8K電視大屏、移動小屏等多終端需求，並提供豎屏春晚、三維音響等獨特觀看體驗。總台聯合阿里雲推出「雲來雲往」新媒體發佈平台，成為2025年春晚直播信號遠程分發的主要方式。



### 正月初一全社會跨區域人員流動量預計近2億人次

來自2025年綜合運輸春運工作專班數據顯示，2025年1月29日（春運第16日，農曆正月初一），全社會跨區域人員流動量預計19702萬人次，其中，鐵路客運量550萬人次，公路人員流動量18881萬人次（高速公路及普通國省道非營業性小客車人員出行量17682萬人次、公路營業性客運量1199萬人次），水路客運量65萬人次，民航客運量206萬人次。

2025年1月28日（春運第15日，農曆臘月二十九），全社會跨區域人員流動量20438.9萬人次，環比下降21%，比2024年同期增長4.7%。北京人民日報客戶端

### 中國2025年度電影票房突破30億元人民幣

1月28日中國電影春節檔正式開啟前夕，預售票房繼續保持強勁增長勢頭。據網絡平台數據，截至1月28日18時38分，2025年度票房（含預售實時）破30億元人民幣。

《射鵰英雄傳：俠之大者》《唐探1900》《哪吒之魔童鬧海》分列春節檔票房榜前三位。

據瞭解，2025年春節檔電影預售自1月19日開啟以來，便展現出了強勁的市場號召力。預售首日，大盤累計預售票房即達到了1.85億，這一成績刷新了影史春節檔預售開啟首日最高票房紀錄，顯示出觀眾對於春節檔電影的極高期待。

其中，《射鵰英雄傳：俠之大者》在預售開啟後不久便迅速突破億元大關，超過《唐人街探案3》，刷新了中國影史春節檔單片預售最快破億紀錄。

隨着預售的深入，春節檔電影的預售票房持續走高。截至1月21日，春節檔上映新片的預售總票房已經突破3億，而到了1月27日，這一數字更是被大幅刷新。據網絡平台數據顯示，截至1月27日16時48分，2025年春節檔新片預售票房已經突破8億，再次刷新了中國影史春節檔預售票房的紀錄。

業內人士分析，在臨近春節階段，觀眾對於春節檔電影的期待值進一步升溫，預售票房的增長速度也明顯加快。各大影院和購票平台也推出了各種優惠活動和票補福利，進一步刺激了觀眾的購票熱情。香港中通社

### 中國首個超深水氣田「深海一號」累計生產天然氣超百億立方米

中國海油29日表示，中國首個超深水大氣田「深海一號」累計生產天然氣超100億立方米，生產凝析油超100萬立方米，連續三年天然氣產量保持30億立方米以上。

位於海南南部的「深海一號」氣田分為一期和二期開發建設，最大作業水深超1500米，最大井深達5000米以上，地層最高溫度達到138攝氏度，地層最大壓力超69兆帕，相當於家用高壓鍋工作壓力的1000倍，是我國迄今為止自主開發建設的作業水深最深、地層溫度最高、勘探開發難度最大的深水氣田。2024年天然氣產量超32億立方米。中國海油獲悉，中國首個超深水大氣田「深海一號」累計生產天然氣超100億立方米，生產凝析油超100萬立方米，連續三年天然氣產量保持30億立方米以上。

「深海一號」兩期項目天然氣探明地質儲量合計超1500億立方米，一期項目於2021年6月投產，二期項目於2024年9月投產。通過開發建設「深海一號」一期及二期工程，我國探索建立了完整的超深水氣田運維管理制度、技術體系和人才培養體系，在保障在產深水氣田高產穩產的同時，有望推動更多深水油氣資源經濟高效開發。中國央視新聞

### 外國人在福州過中國春節 在非遺裡尋「福」

「我非常喜歡中國文化，它充滿了魅力和深厚的底蘊。」1月28日農曆除夕，來自菲律賓的福建師範大學海外教育學院學生郭信芳認真細心地剪着窗花，一剪一折，一朵紅花躍然而出。

中新社報道，當天，來自菲律賓、印度尼西亞、俄羅斯、巴基斯坦等國家的百餘名留學生歡聚在福建師範大學（旗山校區）文化街美食城餐廳，寫春聯、包餃子、拼裝文創燈籠、剪窗花……與中國的老師們一同慶祝中國春節的到來。

體驗剪紙後，郭信芳又提筆寫下一個個「福」字。她表示，在菲律賓的時候就知道中國春節。「對我來說，中國春節就像我們

那兒的聖誕節一樣，是一個熱鬧、溫馨的節日，可以和家人聚在一起共享歡樂時光。」

「對於中國春節，我並不陌生。」另一位來自菲律賓的留學生唐悠然臨摹了恭喜發財的春聯。他表示，中國春節時，菲律賓也會放假。不過，沒學中文之前，他一直以為「恭喜發財」就是漢語裡「新年快樂」的意思。「小時候過中國春節時，到處都能看到寫着『恭喜發財』的春聯。」

2022年，18歲的唐悠然到福建求學，就讀於福建師範大學海外教育學院的漢語言專業。在福建求學期間，他到廈門、寧德、泉州等地旅遊，「最令我陶醉的地方是泉州市豐澤區蠅埔村。在蠅埔村，一路都是簪花店，

街頭巷尾不時有頭戴簪花、身穿特色服飾的少男少女來來往往。這種簪發戴花在當地被稱為「簪花園」，是閩南地區漁家女的傳統穿戴習俗。唐悠然表示，「有幸親身感受這一獨特的文化魅力，留下了極其深刻的印象。」

有着「中國明清建築博物館」之譽的福州三坊七巷歷史文化街區，一向是中外遊客青睞的旅遊目的地。來自俄羅斯的遊客鑾玲（Liza）與母親一起，頭戴簪花、身穿漢服，在古街巷中拍照打卡，感歎「太美了」。

「網絡上，大家都說福建是中國唯一被冠以『福』字的省份，我們很好奇。」鑾玲表示，她喜愛中國文化，計劃帶著母親先到福州遊玩，之後還會去廣州、北京等地看看。

### 申遺成功後首個春節 全球多地高塔和地標建築點亮中國紅

1月28日農曆除夕夜，上海兩大地標高樓——東方明珠廣播電視塔和上海中心大廈率先亮起「中國紅」，向全球高塔和高層建築發出邀約，共慶申遺成功後的首個春節。

中新社報道，從農曆除夕到正月初七，浦江兩岸閃耀「中國紅」。東方明珠通身披掛喜慶正紅，照亮申城夜空；上海中心塔冠送春節祝福，配以「靈蛇獻瑞」、金蛇舞動的光影效果。陸家嘴高樓群實時聯動，以建築立面為媒，描繪「上海繁花」璀璨光影。

除了上海之巔點亮「中國紅」，新春祝

福還跨越山海。「全球點亮中國紅」活動得到世界高塔聯盟（WFGT）和世界高層建築與都市人居學會（CTBUH）積極響應，CTBUH全球官網同步發起春節亮燈倡議。

該活動還聯動美國紐約和芝加哥及達拉斯、加拿大溫哥華、新加坡、日本東京、阿聯酋迪拜、西班牙巴塞羅那、羅馬尼亞布加勒斯特等全球多地高塔和地標建築，齊齊亮燈，喜迎春節，傳遞全球祝福。

新加坡地標濱海灣金沙酒店從小年夜就應約開啟了「春節慶祝模式」。夜幕下，金

沙酒店的船型屋頂以及一旁的藝術科學博物館彷彿披上紅色霞光。不少新加坡民眾和外國遊客都稱讚「紅色燈光壯觀又漂亮」「紅色和中國新年完美搭配」「紅色寓意新年繁榮」。金沙酒店的新春亮燈將持續到2月12日元宵節。

東京塔也煥新「紅裝」，2025個印有中國熊貓和日本動漫角色的氣球同時升空，寄託全球人民對新年的美好期許。

大年初一起，還將有更多的亞洲、歐洲、美洲等地高塔為農曆新春亮起「中國紅」。

#### 特寫

### 中國春節全球「圈粉」，「和」文化功不可沒

2024年12月4日，聯合國教科文組織將「春節——中國人慶祝傳統新年的社會實踐」列入人類非物質文化遺產代表作名錄。中國的春節為何能獲得世界認可？接下來，應如何推動中國年進一步越來越有國際范兒？

近日，北京民俗學會會長、北京市非物質文化遺產保護專家委員會委員高巍表示，世界上許多國家都慶祝春節，這與其背後所蘊含的中國傳統「和」文化緊密相連。中國年要更好地走向世界，一方面，要充分利用已經為世界各國人民所熟知的文化符號，吸引他們廣泛參與，另一方面，也要在慶祝方式上與時俱進。

高巍指出，部分國家已將中國春節定為法定假日，並形成了獨特的慶祝方式。這彰

顯出，春節具備被廣泛認可的內在文化價值。「天人合一」、人與人和諧相處等「和」文化，通過春節這一載體在全球傳播，得到廣泛認可。

對節日和節氣等習俗研究深有造詣的高巍會長認為，中國的傳統節日有一個很重要的特點，那就是順應天時，和二十四節氣相呼應，這是中國古代農耕社會生產生活的智慧結晶。春節，和立春對應，冬去春來，萬象更新，這一概念讓人滿懷希望。

每逢春節，無論相隔多遠，人們都會踏上歸鄉之路。在高巍看來，這種對團聚的重視，正是「和」文化的生動體現。每當春節來臨，家人親友團聚，大家聚在一起交流，對過去的一年進行總結，對新的一年進行展望，從中獲得強大的精神鼓舞，這是中國春

節的一大特色。在高巍看來，春節申遺成功，既有利於春節文化在全球的傳播，也有利於中國汲取其他文化精華，進一步豐富自身內涵。

據他觀察，世界各地的唐人街舞龍舞獅表演、掛大紅燈籠、吃餃子等文化符號，已成為在全球推廣春節的載體。「通過這些娛樂項目，讓大家對春節產生興趣，願意參與，這是第一步。」

高巍還指出，在參與春節慶祝的過程中，其他國家的民眾還能融入自己的想像力和創造力，不斷豐富春節文化，推動春節更加現代化。「通過國際交流，把中國人的認知和大家共同認可的價值推廣出去，這是一個很好的現象，有助於中國人樹立文化自信。」高巍說。中新網