

《疯狂动物城 2》票房火爆背后

经典 IP 安全牌与合家欢情感共鸣的双重胜利

时隔九年,迪士尼经典IP续作《疯狂动物城2》自11月26日起全国上映起便掀起观影狂潮,截至12月1日晚累计票房已破20亿元大关,不仅刷新多项进口动画电影纪录,更成功激活了贺岁档市场。这部承载着许多人青春记忆的作品,用现象级票房表现印证了优质内容的强大生命力,其票房火爆背后的“爆款”逻辑值得探讨。

票房:进口动画电影的“破纪录之旅”

在全球市场版图中,《疯狂动物城2》中国市场成绩以势如破竹的开画票房遥遥领先,成为影片全球最大票仓,远高于同日上映的北美市场。

据灯塔专业版数据显示,截至12月1日,《疯狂动物城2》上映6天累计票房已突破20亿元,成功超越《熊出没·逆转时空》跻身中国影史动画电影票房前三名,仅次于《哪吒之魔童闹海》与《哪吒之魔童降世》两大国产动画电影巨头,而目前《疯狂动物城2》在北美市场的票房约为1.56亿美元(约11亿元人民币)。

该片的票房爆发力在首周末便展现得淋漓尽致,上映首个周六,影片单日票房达7.28亿元,一举超越《复仇者联盟4:终局之战》登顶中国影史进口片单日票房冠军,同时也是非春节档影片单日票房冠军,缔造了好莱坞电影近三年来在中国市场的最佳开画成绩。这一成绩也一扫此前进口片市场的颓势,经典IP的长效价值仍然存在。

《疯狂动物城2》在影院特效厅的表现也是票房增长的重要引擎。在为期五天的中国开画首周末中,IMAX影院为《疯狂动物城2》贡献了1.46亿元票房,一举打破IMAX中国好莱坞动画电影的最高零点场、开画日及首周末票房纪录,同时刷新进口动画电影在IMAX中国市场的最强五日开画成绩。

值得一提的是,影片以亮眼表现斩获IMAX中国市场动画电影开画周末票房亚军,仅次于《哪吒之魔童闹海》,首周末全国票房排名前10的影院中,有7家为IMAX影院,足见观众对其视听效果的认可。

口碑:全年龄层的情感共振

《疯狂动物城2》的票房奇迹,离不开其扎实的故事内核与过硬的口碑支撑。影片在时间线

上与前作无缝衔接,讲述了朱迪与尼克成为搭档后的全新冒险——一个神秘爬行动物的到来,把温馨的动物城搅动得天翻地覆。面对全新的城市危机,警官兔朱迪与尼克继续携手为保卫动物城而奔波。在追捕行动中,这对老搭档不仅要揭开新角色的神秘面纱,还要前往被迷雾笼罩的新领域,探索未知的地下黑市,一场疯狂动物城的全新冒险即将展开……

剧情设计上,影片延续了前作“探案+搭档成长”的经典模式,同时实现了世界观的大幅拓展。沼泽市场的复杂湿地景观、下水道中的爬行动物聚居地等新场景的呈现,配合迪士尼顶尖的动画技术,让动物城的生态系统愈发完整立体。

目前影片豆瓣评分8.5分,是同档期口碑最好的影片。观众看到了角色的持续成长,朱迪从急于证明自己到学会理解不同物种处境,尼克从自由散漫到为伙伴挺身而出,两人“灵魂伴侣”般的羁绊成为最动人的情感内核。

同时,影片叙事构思精巧,笑点密集不低幼,泪点戳心不刻意,树懒闪电的慢动作名场面等经典元素回归精准击中老粉情怀,同时融入对《料理鼠王》《爱乐之城》《沉默的羔羊》《闪灵》等经典影片的致敬彩蛋。另外续集也延续了前作包含的社会隐喻,影片通过动物城的种族矛盾,探讨了偏见、包容与权力制衡等议题,引发全年龄层观众的思考。

这种全年龄适配性让影片突破了动画电影的受众局限。“成年人看得到社会隐喻,孩子能读懂勇气与友谊”成为观众的共识。“朱迪和尼克的冒险依旧精彩,笑着走出影院后还有长久的回味。”

火爆密码:经典IP、合家欢与审美契合

深入剖析《疯狂动物城2》的票房火爆逻辑,不难发现其成功是IP价值、受众定位与市场需求三者精准匹配的结果。在电影市场观众观影

频次下降的当下,影片凭借多重优势成为观众走进影院的优先选择。

经典大IP的长效价值释放是首要因素——2016年《疯狂动物城》在中国市场斩获15.4亿元票房,豆瓣9.3分的超高口碑形成了长达九年的口碑发酵,加上上海迪士尼乐园同名主题在近年开放以及各类联名衍生品的持续曝光,让“动物城”IP始终维持着高国民度。这种沉淀让《疯狂动物城2》具备了天然的市场号召力,成为观众心中的“安全牌”。

根据灯塔研究院数据显示,在当前电影市场中,观众购票行为愈发后置,真实口碑成为作品“试金石”,而经典IP加持的作品,往往能凭借前期积累的信任度降低观众的决策成本。

与前作“低开高走”的票房曲线不同,《疯狂动物城2》从预售阶段便展现出强劲势能,正是经典IP价值的最佳佐证。对于看着前作长大的初中生、高中生而言,如今他们已成为观影主力,影片成为连接青春记忆的情感载体,而流媒体与短视频的传播,又成功吸引了00后、10后新观众,形成跨代际的受众覆盖。

加上影片正式上映后证明了续作仍然维持了前作水准,未让大部分观众失望,也没有踩雷“宣传诈骗”,这部优秀而又符合普遍口味的商业片自然成为了大众走进影院观影的首选。

从受众定位来看,强合家欢属性,尤其配适亲子观影需求的受众基础是票房爆发的核心支撑。根据灯塔专业版上的想看人数观众画像显示,24岁以下年轻观众占比高达31.8%—32.3%,远高于大盘均值及动画电影均值,证明影片将许多不再进影院看电影的青少年拉回了影院。同时,25岁至40岁观众比例占比一半以上,形成了“全年龄层通吃”的受众结构。

在影院现场观察就可以发现,影厅中大部分是家长带孩子的亲子组合,小观众群体更将影片变成学校的社交话题,“谁还没看这部新片就无法融入朋友间的聊天”,这样的风潮又进一步带

动家庭观影需求。这种亲子观影模式与《哪吒之魔童闹海》《浪浪山小妖怪》等“爆款”动画电影的路径相似,通过孩子的社交需求撬动家庭消费,形成票房增长的乘数效应。

据相关数据显示,“亲子观影”“带娃看疯狂动物城2”等关键词搜索量在影片上映后激增,各大影院推出的亲子套票也迅速售罄,印证了影片在亲子市场的强大吸引力。

当然,《疯狂动物城2》契合当下观众的审美变化也是影片突围的关键因素之一。灯塔研究院2024年调研显示,观众最青睐的电影类型中喜剧位居首位,极致的情绪释放成为观众走进影院的重要原因。前两年流行的基调较为苦闷的现实主义题材,已逐渐让观众产生审美疲劳,当下观众更倾向于主基调欢乐、能实现“情绪疗愈”的影片。《疯狂动物城2》构建的乌托邦世界观,恰好满足了这一需求——尽管影片包含深刻的社会隐喻,但动物的设定让这些议题与现实保持了恰当距离,既实现了引发思考的功能,又不会带来沉重的心理负担,完美完成了电影的“造梦”使命。

这种审美契合背后,是观众需求从单纯感官刺激到兼具情感共鸣的变化。今年开始,《哪吒之魔童闹海》《浪浪山小妖怪》《疯狂动物城2》等影片在市场上的成功证明,动画电影早已摆脱“儿童专属”的标签,成为全年龄层的文化消费选择。

此次《疯狂动物城2》中“接纳差异”“打破偏见”的核心主题,以及朱迪与尼克之间超越物种的信任与友谊,精准击中了当下社会的情感需求。年轻观众在影片中看到成长与勇气,成年观众读出社会隐喻与现实反思,这种多维度的解读空间让影片具备了强大的传播力,在社交平台形成刷屏效应,进一步带动票房增长。情怀可以成为票房的敲门砖,但真正能让作品扎根市场的,永远是打动人心的内容与持续创新的表达。

晨报记者 陆乙尔

