

# 光影迎新春 消费添活力

## ——2026春节档电影市场观察

□新华社记者 邢拓 杨淑君 周心怡

骏马迎春,光影贺岁。  
银幕上,多部影片集中登陆春节档,人们在团聚中共享光影魅力;银幕外,小小票根串联多重消费场景,“看电影、赏年俗”持续激发消费活力。  
“飞驰”的光影,映照团圆喜庆的中国年,勾勒“电影+”赋能经济社会发展的美好图景。

### 内容精彩纷呈 点亮新春佳节

大年初一,UME影城上海新天地店检票口排起长龙。

市民张女士手持四张《飞驰人生3》的票根告诉记者:“‘飞驰人生’系列我一部没落下,今年全家特意一起来支持续作,特别期待片中的赛车戏!”

“《飞驰人生3》票房火爆,我们相应增加场次,排片占比提升至50%。”UME影城上海新天地店店长卢瑛介绍,影院还准备了春节档影片特别印章、马年应景周边等,吸引观众前来观影。

从一线城市的现代化影城,到县城乡镇的特色影院,光影流转间,春节观影早已超越单纯的娱乐消费属性,成为深入人心的新年俗。

网络平台数据显示,截至2月20日,2026年春节档总票房破38亿元。《飞驰人生3》领跑春节档票房榜,《惊蛰无声》《熊出没·年年有熊》《镖人:风起大漠》暂列票房榜第二至第四位。

“今年春节档以六部新片为主力,涵盖喜剧、武侠、谍战、科幻、动画等多元题材类型,影片整体口碑得到市场认可。”大麦娱乐灯塔专业版数据分析师陈晋指出,档期内多人观影占比达25.1%,创下春节档新高,今年家庭观影氛围更加浓厚。

合家欢属性明显。《熊出没·年年有熊》回归“过年”主题,以中式奇幻世界观讲述了关于“年”的团圆故事,暖心治愈、年味十足;《熊猫计划之部落奇遇记》以国宝熊猫为主角,集结一众喜剧演员,吸引不少亲子家庭捧场。

“对观众而言,春节观影已成为节日仪式的重要组成部分,是情感释放与文化认同的集中呈现。”中国电影评论学会会长饶曙光认为,合家欢影片为春节档注入深厚情感底色,与团圆的节日氛围高度契合,激发观众观影热情。

差异化趋势增强。武侠片《镖人:风起大漠》受到武侠爱好者青睐;科幻片《星河入梦》主打“年轻人特供”;喜剧片《夜王》选择分线发行,大年初四在广东、广西限定上映;纪录片《重返·狼群》大年初三重映……

“无论是多元类型影片满足不同观影需求,还是分线发行精准覆盖细分市场,都是电影消费市场良性发展的具体表现。”北京师范大学艺术与传媒学院副院长、教授陈刚表示,电影从业者也正从“以小博大”的粗放式思维,转向精细化分众营销、分线营销模式。

### 创作表达创新 丰富观影体验

纵观今年春节档,系列续作与新作同台亮相,在叙事创作与视听表达上不断突破创新,为行业注入新气象,为观众带来新体验。

题材求新——



2月19日,观众从电影海报前经过。

新华社发(薛莹莹 摄)

张艺谋执导的《惊蛰无声》将当代国家安全题材首次搬上银幕,上映以来引发社会热议。

影片中,国安小组针对重要情报外泄事件展开行动,随着调查深入,一场无声的较量悄然上演。“当代谍战不是故事,是真实发生的事件。”张艺谋介绍,团队全程在国家安全部的指导下拍摄,希望能把这个带有家国情怀的故事传递给观众。

相关专家认为,该片的价值远不止于艺术表达,更在于其深刻的现实警示意义。影片中科技公司内部泄密等情节均源自真实案例,呼应了全民国家安全教育时代需求。

剧情出新——

系列电影如何讲出新意?《飞驰人生3》融入人与AI竞技、赛事规模升级等新内容,让老观众不觉重复、新观众自愿买单。

“系列电影创作的关键在于持续创新。”北京电影学院导演系教授侯克明认为,成功的续集创作要在保留原IP核心特质的基础上,通过调整故事内容、增加新情节新视角等注入新的创作思路。

剧情“新”,本质上是捕捉了时代的“新”。《惊蛰无声》呈现了AI换脸、量子通信干扰等新型间谍手段,《星河入梦》借虚拟梦境系统深入探讨人类与AI的关系。电影人敏锐感知时代发展变化,

用新内容反映社会新现象。

表达焕新——

一组数据,展现幕后匠心:8000余张概念设计图,146880帧特效画面、视效镜头占比92%……《星河入梦》以顶级工业水准打造五彩斑斓的梦境奇观,为国产科幻注入全新表达。

多重场景,营造中式审美:大漠的沙暴、夜戏的火焰、长安的冰雪……《镖人:风起大漠》在新疆实景拍摄,“风、沙、火、雪、夜”等场景勾勒出苍茫辽阔的江湖风貌,彰显了古典豪放的东方美学。

“赛车戏燃爆了”“武侠电影人太能打了”“梦境闯关和无限流的设定很解压”……网络空间里,人们一字一句分享自己的观影感受,为多部作品丰富的视听体验点赞。

### 发挥票根作用 促进新春消费

与往年不同,今年春节不少人的第一场电影,是用AI购买的。

只需一句话指令,即可实现影片推荐、智能选座、支付出票全流程操作——AI购票成为春节观影的新趋势。千问发布的数据显示,用户通过AI在大麦买电影票的订单环比增长372倍。

购票方式更便捷,票根玩法也更多样。

在上海,虹口区电影管理部门牵头串起11家电影院和数十个文旅商联动

空间,通过票根额外福利、打卡主题装置等形式,打造“电影里过大年”的沉浸式体验,春节假期前三天吸引数千名市民游客踊跃参与。小小票根成为“年味通行证”,联动文创、食宿、文旅、民俗资源,激活新春消费潜力。

今年以来,国家电影局启动“2026电影经济促进年”“跟着电影去旅游”“跟着电影品美食”“跟着电影赏非遗”“跟着电影逛市集”等活动,各地结合地域特色,在春节期间打造“电影+”消费场景,推动电影“流量”转化为消费“增量”。

深圳依托《惊蛰无声》“热映”,推出四条“跟着电影去旅游”主题线路,影片取景地成为“热游”目的地;四川“金熊猫惠民观影行”活动推出“电影消费券+美食文旅补贴”举措,截至2月19日共发放405万元电影消费券;绍兴以“光影寻味·烟火古城”为主题,开展为期18天的文商旅促消费活动,预计发放电影消费券1000万元……“电影+”模式纵深推进,为新春文旅消费的升温注入强劲动力。

“一部电影的价值不仅是票房本身,更因其带动了旅游、餐饮等衍生消费,而释放出远超银幕之外的经济价值与人文影响力。”侯克明说。

银幕万千气象,新年活力盎然。新的春天,流动的光影更璀璨。

新华社北京2月21日电