

2026年春节档电影：

供给丰富，满足多样观影需求



2月22日，在广州市越秀区的一家电影院内，观众从电影海报前走过。
新华社记者 吴鲁 摄

记者 牛梦笛 通讯员 陶语嫣

2026年春节档电影市场，释放出强劲的假日文化消费活力。国家电影局2月24日发布数据，2026年春节档电影票房为57.52亿元，观影人次为1.20亿。《飞驰人生3》票房领跑，《惊蛰无声》《镖人：风起大漠》《熊出没·年年有熊》《熊猫计划之部落奇遇记》《星河入梦》《夜王》位列二至七位。今年春节档影片题材多样、类型丰富，有效满足不同年龄层、不同群体过年观影的需求。

释放节日文化消费持续繁荣信号

作为全年电影市场的“风向标”，春节档历来承载着激活文化消费、提振行业信心的重要功能。2026年春节档电影市场以强劲姿态拉开中国电影全年大幕，不仅在票房与人次数据上交出亮眼答卷，更以多样化的内容供给与深厚的情感共鸣，展现出中国文化消费市场的蓬勃生命力与电影产业的稳健韧性。

值得关注的是，今年春节档由于影片平均时长缩短，带动了总放映场次大幅提升，一定程度上体现了影院终端放映能力的提升。据统计，今年春节档总场次超435万，创春节档历史新高。初一至初七日均场次超55万，相比去年同期提升15%，为观众提供了更丰富的观影选择。与此同

时，今年平均票价同比下降6%，有效降低了观影门槛，有力激发了观影热情，延续了春节档多年热度不减的良好态势。

随着放映网络持续下沉、观影习惯不断养成，“看电影过大年”已成为大众欢度新春的重要文化生活方式，释放出节日文化消费持续繁荣与电影市场稳步回暖的积极信号。

清华大学新闻与传播学院副教授梁君健表示：“今年春节档的表现，是中国电影工业体系日益成熟、市场抗风险能力持续增强的体现。票价理性回落，反映出电影消费进一步向三、四线城市及县域市场下沉。普惠式繁荣标志着电影作为公共文化服务与文化基础设施的功能愈发稳固。”

多样内容供给激发观众观影热情

今年春节档影片类型呈现出鲜明的多样化格局——从竞技、谍战到武侠、科幻，多种风格齐聚银幕，为不同年龄层与家庭观众提供了更为丰富的选择。

《飞驰人生3》延续系列热血拼搏的精神内核，将赛车运动的极致视听与普通观众跨越低谷、追逐梦想的情绪紧密结合，引发跨年龄层情感共鸣。《惊蛰无声》以当代国家安全战线为背景，凭借紧凑叙事与深沉家国情怀，在合家欢氛围中实现严肃题材的类型化突围。漫改真人电影《镖人：

风起大漠》唤起观众对武侠精神的审美记忆，吸引大量观众走进影院。与之相对，春节档“常青树”动画电影《熊出没·年年有熊》深度融入“年兽”传说与中式民俗景观元素，以稳定高质量巩固亲子观影市场。

此外，《星河入梦》《夜王》分别从未来虚拟系统与港式怀旧幽默维度，呈现中国电影在视效工业与类型叙事上的新探索；《熊猫计划之部落奇遇记》则以动作喜剧形态填补轻量级合家欢电影的市场空间。

多部影片凭借精良制作赢得票房与口碑双丰收。观众不再单纯追逐明星或流量，反而更加注重作品的质量，“内容为王”在竞争中的核心地位进一步凸显。

“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。从‘看个热闹’到‘寻找共鸣’，档期内影片精准契合当代人在节日中寻求情感释放与文化认同的心理诉求。”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。

“电影+”消费场景创新，票根经济联动文旅产业

如果说银幕内的精彩是春节档的核心，那么银幕外的跨界联动则成为节日经济增长的新动力。“电影+”消费场景的拓展，正在打破观影与消费之间的传统界限，使电影成为连接文化、旅游与消费的重要枢纽。

随着“2026电影经济促进年”启动，各地结合地域特色系统打造“电影+”消费场景，为新春文旅市场注入强劲动力。春节期间，“电影+旅游”“电影+美食”“电影+市集”“电影+非遗”等多维联动模式在多地涌现：上海虹口区串联众多文化空间打造“电影里过大年”沉浸式体验；浙江绍兴开展“光影寻味·烟火古城”促消费活动并发放电影消费券；四川推出“金熊猫惠民观影行”，形成“观影两小时、消费一整天”的联动效应。

伴随春节档影片热映，“跟着电影去旅游”成为文旅消费新热点。《熊猫计划之部落奇遇记》让云南翁丁古寨进入公众视野；《惊蛰无声》使深圳岗厦北地铁站等城市空间成为热门打卡点，当地亦推出电影主题旅游线

路。电影与文旅的双向奔赴，推动银幕流量转化为消费增量。

“票根经济”亦持续升级。多地文商旅部门依托电影票根开展消费联动，如凭票根享受商圈餐饮优惠、景区门票减免，或在影院周边举办主题市集、非遗展演等活动。在新疆克拉玛依世界魔鬼城景区，持《镖人：风起大漠》电影票根即可免票入园。“一张票根串联一座城”的模式，有效延伸了电影产业链条，使文化IP以更加贴近生活的方式融入大众日常。

从更长链条看，影旅融合正推动电影IP走向全产业链生态。以“熊出没”系列为例，其电影累计票房已超90亿元，相关主题乐园通过场景转化与沉浸体验形成文旅消费闭环，带动主题娱乐产业持续增长。

“‘电影+’模式的广泛实践，展现出文化产业与现代服务业深度融合的发展趋势。电影正成为激活城市文商旅消费的重要入口。”在北京师范大学艺术与传媒学院副院长、教授杨乘虎看来，这种跨界协同不仅丰富了群众节日文化体验，也推动文化消费在更广领域释放活力，为地方经济高质量发展注入文化动能。

2026年春节档是中国电影人交出的一份亮眼答卷，也是中国文旅消费强劲复苏的生动写照。在光影的交错中，中国电影工业稳步向前。

摘自2026年2月26日《光明日报》



国家电影局2月24日发布数据，2026年春节档票房为57.52亿元，平均票价同比下降6%，观影人次为1.20亿。新华社发 曹一作

