

“解码”57亿春节档



□ 本报记者 师文静

近日,2026年春节档以57.52亿元票房成绩收官,档期观影人次连续第8年破亿,观影总场次达435万场,刷新中国影史春节档场次纪录。尽管今年春节档影片供给充足、类型丰富多元,但对比去年同期95.14亿元的票房成绩,市场未能被最大程度激发。春节档独特的档期优势如何最大限度发挥?怎样才能让更多观众走进影院?对此,记者展开采访,在复盘与回望中重新审视春节档。

文化观察

优势显著,困局凸显

今年春节档有诸多新变化与显著优势。影片供给上,新片题材多样,类型丰富。热血励志又不失喜剧色彩的《飞驰人生3》,聚焦国家安全主题的《蛟龙行动》,彰显侠义情怀的《镖人:风起大漠》,年味浓郁的合家欢动画片《熊出没·年年有熊》等,有效覆盖不同群体的春节观影需求。同时,春节档新片在制作工艺上追求升级和突破,高燃的赛车场面,高科技追捕现场,中式美学武侠打戏、魔兽天空大战等大场景区效,均达到国产电影新高度。

根据灯塔研究院档期洞察报告,春节档三、四线城市票房占比接近53%,较往年进一步提升。以山东为例,青岛春节档票房达5963万元,较往年排名上升;济南票房达4980万元,潍坊、临沂、烟台等城市票房均突破3000万元,助力山东以4.12亿元票房跃居全国第三。一、二线城市持续发力,三、四线城市票房逆袭,电影持续发挥公共文化服务功能,实现普惠式繁荣发展。

除了刷新中国影史春节档总场次纪录,春节档平均票价理性回落至47.8元,为近六年最低,大大降低了观影门槛,并带动线下拍摄地打卡、“票根+餐饮、住宿”等文旅消费热。春节档仍以热闹的姿态,为假期增添合家欢、亲子行的多元选择。

不过,今年春节档也面临着严峻的市场考验。档期总票房较2024年的80.16亿元、2025年的95.14亿元出现大幅回落,跌至57.52亿元,回落到七年前的同期水平;整体上座率仅22.5%,观影人次从去年的1.87亿降至1.20亿。

猫眼娱乐市场分析师赖力表示,尽管《飞驰人生3》以超29亿元领跑档期,但其票房体量仅为去年冠军的六成,而二号种子影片的严重缺失,也让档期大盘失去足够的支撑力。

采访中,一位影院经理表示,今年春节档影片定档晚、预热不足,导致想走进影院的观众减少;而在影院,观众的购票也比较随机,很多人没有明确的观影目标,这说明春节档影片少了强品牌认知度和强大的出圈效应。

文化评论人、影评人韩浩月告诉记者,今年春节假期全国文旅消费再次刷新历史记录,唯独电影票房大幅下跌,电影市场表现与火热的文旅消费大环境不匹配,值得关注和思考。

观众需要什么样的影片

随着电影商业化、市场化运作的成熟,电影档期也逐步形成。一般认为,2013年上映的周星驰电影《西游·降魔篇》真正让“春节档”概念横空出世并强势崛起。过去十多年,春节档票房从最初的7亿元飙升至2025年的95.14亿元,成为全年吸金能力强、具有风向标意义的关键档期。

韩浩月称,春节档的特殊意义体现在大家“激动”期待春节档的情绪日益显著,春节假期热闹闲看几场电影成为国人普遍认同的文化消费新民俗。观众对春节档期待值依旧很高,然而今年春节档电影没有充分调动起观众的期待,其根源在于档期新片创新能力的减弱。

春节档票房近年来实现跨越式攀升,从2018年57亿元、2021年78亿元、2024年80亿元,到2025年95亿元,离不开《热辣滚烫》《你好,李焕英》《长津湖之水门桥》《哪吒之



魔童闹海》以及《流浪地球》等多部出圈佳作的强力支撑。这些影片带来新故事、新视听、新情感体验,给观众留下深刻印象。

谈及今年春节档新片,韩浩月认为,《飞驰人生3》领跑票房,已形成极具市场号召力的IP效应,但未能突破前作“中年赛车手逆袭”的故事框架,将同一叙事模式重复了三遍,该片票房最高,观影人数最多,是整个档期新片创新力衰减的缩影。同样是续集的《熊出没·年年有熊》《熊猫计划之部落奇遇记》也应继续多元创新探索。

“《镖人:风起大漠》汇集了武侠片辉煌时代的符号性元素,旧梦重温,电影的口碑不俗,但把落寞的武侠类型片放到情绪激昂、热气腾腾的春节档,有点供给与需求的错配,不符合春节档大众消费心理,未能最大程度激发观影潮。”

“影片若缺少吸引普通观众走进影院的‘必看点’,就难以充分调动起大家的观影热情。少了电影的话题度和热闹感,甚至觉得这个春节过得不够完美。”韩浩月说,正是因为大众对春节档有深厚感情,才会在观影需求得不到充分满足时产生失落感。

观众到底需要什么样的春节档影片?在韩浩月看来,春节档从无到有,再到成为黄金档期,离不开电影在内容题材、技术探索、文化表达、产业变革等方面的创新,以及敢于拍摄与投放的魄力。

“重要档期的影片应该有独特记忆点,有超强话题度,甚至能给整个行业带来提升。像《哪吒之魔童闹海》那样,带动国产动漫产业提升到新高度,让国内外电影市场对国产动漫充满期待和想象;或者像《流浪地球》系列科幻片一样,助推青岛东方影都的发展和出圈,并为电影工业化作出巨大贡献。”韩浩月认为,国产影片应继续坚守创新——在讲故事上,要与时代互动,让观众产生共鸣;在IP系列化开发上,要摒弃堆砌大明星、内容套路化等老套的赚快钱思维,要有创作层面的诚意和努力;在类型探索上,要拍出AI时代崭新的武侠、谍战等类型片,为行业发展寻找更多出路;在市场竞争上,要鼓励多元表达、多风格、多类型新片的

互相拼杀,把市场春水搅活,让电影的独特魅力最大化。

清华大学教授、中国电影家协会副主席尹鸿在春节档观察文章中提到,观众需要电影,但需要的不是平庸的电影,而是有思想高度、艺术深度、情感强度、信息密度、制作精度的具有创新突破的优秀电影。“电影与观众的关系,不是媚俗也不是逢迎,而是真正共鸣与对话。电影唯有让观众真正有所得、有所思、有所感,观众才会与电影不离不弃。从这个意义上说,2026年的中国电影,命运掌握在电影人的手中。”

把更多观众拉进影院

面对当下短剧、游戏等新兴娱乐形式对观众的分流,如何把更多观众拉进影院,值得探讨。

韩浩月认为,经过今年春节档后,电影行业可以在重要档期操作上转换思维,采用新手段和新方法。比如,可以鼓励小成本制作,小众文艺片勇闯春节档等重要档期,既能助力新导演的创作,也能以影片独特气质吸引更多观众;在春节档这样的大档期,是否能让电影制作公司提供片单,由观众投票决定哪部影片该上映,既保证了供给和多元需求的有效匹配,也积极提升了影片的热度,调动了大家的观影热情。

对于短剧、游戏、短视频等对观众的抢夺和分流,韩浩月认为,短视频、短剧是“浅阅读”,它们会和电影在同一个时代齐头并进,但永远无法取代电影,因为电影所带来的多感官视听沉浸感、集体情感的共振、心灵慰藉和精神洗礼,是其在百年发展中积累下来的独特魅力,是其他艺术形式所没有的,优质的影片依然是观众的必需品。

而在更广阔的市场,更多元的跨界融合中,电影也在寻找更多观众。

在“影视+文旅”的消费热潮中,影视拍摄地游、主题乐园打卡、电影衍生品热,电影主题空间体验,把电影变成可体验、可互动的产品形式,不断提升“二次传播”效果,吸引更多观众走进影院。今年春节档青岛等城市力推的“票根经济”,形成“观影—消费—分享”的链条,让电影传播产生“乘数效应”,让档期票房充分释放。

电影与科技的结合也正在流行。今年春节档不少观众体验了AI购票,享受到了智能影片推荐、智能选座和支付等全流程操作。

这种行业新趋势,吸引了更多人的目光。美食影院、赛事直播影院等新探索,也让IMAX、4K高帧率等高端放映技术出圈,吸引观众关注影院。

“拉观众进影院”刺激电影消费的手段多种多样,但电影真正吸睛的核心终究在于作品的品质——具备强大影响力、强烈体验感的电影,才能真正走进更多观众的视野。

赢了比赛,输了故事?

□ 戴玉亮

2026年春节档,《飞驰人生3》的票房表现可谓一枝独秀。这背后至少有两个原因:一是影片本身的工业水准得到了观众认可;二是今年春节档真正具有大片体量的作品确实不多。

我是大年初三看的19:25的场,目测上座率在八成左右。数据显示,今年春节档排片场次创下历史新高,但总票房却不及预期——银幕变多了,观众却分流了。在这样的背景下,《飞驰人生3》的成绩更显得难能可贵。

作为IP续作和赛车题材电影,《飞驰人生3》最大的突破来自赛车场面的全面升级。如果说前作中韩寒导演更多依赖特效营造速度感,那么这一次,他选择将镜头对准了真实。剧组深入海拔4000多米的高原,启用高速无人机跟拍,捕捉到了飞沙走石的物理质感。于是我们看到了华语电影中极具分量的一场拉力赛:长达50分钟的

“沐尘100”赛事。柏油路、沙土路交替呈现,远处的雪山一闪而过,多车缠斗、毫秒必争的换胎战术,引擎轰鸣后的盲驾……这些细节体现了主创对赛车专业性的极致追求。当张弛(沈腾饰)的视线被掀起的引擎盖遮挡,只能透过一条窄缝配合领航员的指令狂奔时,那种人车合一的境界,确实让人拍案叫绝。可以说,影片后半段就是一场沉浸式的顶级拉力赛直播。

然而,燃过之后,一个问题随之浮现:除了赛车,这部电影还留下了什么?剧情的单薄,或许是《飞驰人生3》最大的遗憾。

整部电影的叙事框架并不复杂:过气车手张弛重新组队,对抗资本,在赛场又一次证明自己。这个结构本身没有问题,问题在于张弛之内的填充显得仓促。影片前半段的推进节奏过快,张弛如何组建团队,一笔带过;百强总(沙溢饰)所代表的资本力量如何运作,交代得不够充分;团队内部的磨合与成长,更是几乎没有展开的空间。观众还没来得及理解角色的动机,影片已经一脚油门冲进了后半段的决赛。更令人失望的是,反派设置的扁平化。百强总本可以是一个有层次的角色,或是贪婪的资本代言人,或是身不由己的棋子。但影片中的他,只是一个标签化的“坏人”,缺乏足够的铺垫和挖掘。导演似乎默认观众都带着前作的情感记忆走进影院,却忘了每一部电影都需要自成闭环的叙事逻辑。

剧情上的简省,或许可以理解成把空间留给了赛车;但喜剧元素的处理,则显示出影片在类型融合上的犹豫。作为春节档影片,喜剧本是调节气氛的重要手段。但《飞驰人生3》中的大量笑点,反而让观众时有出戏之感。究其原因,是笑料大多依赖台词式的段子堆砌,缺乏与情境的有机融合。影片试图在紧张的赛车戏中插入笑点来缓解节奏,但这种插科打诨式的处理,往往让观众的情绪刚刚调动起来就被打断——上一秒还在为惊险的超车屏息,下一秒就切到一个生硬的玩笑。喜剧不是段子的堆砌,而是从故事和人物中自然生长出来的。

由于叙事空间有限,演员的表演也难免受到制约。沈腾在《飞驰人生3》中几乎成了一个“功能性的符号”:站在镜头前,说几句台词,然后钻进赛车。我们看不到张弛的内心世界,看不到他在绝境面前的复杂反应。这并非演员的问题,而是剧本没有给他足够的表演空间。尹正的戏份,更是被压缩成几个夸张的表情包。当赛车成为绝对主角,当机械的轰鸣盖过人物的成长,演员就不可避免地成为故事的背景板。

不可否认,《飞驰人生3》的赛车场面确实是华语顶级的。但问题在于:电影究竟是赛车纪录片,还是关于人的喜剧故事?当技术上的极致,一定程度上掩盖了叙事上的单薄,影片便呈现出一种有趣的失衡。作为赛车类型片,它是好看的;作为喜剧剧情片,它又有些意犹未尽。或许可以这样说:《飞驰人生3》是一部拍出了半部好电影的作品——那半部,是高原上飞驰的赛车;而另外半部关于人的故事,还有待填充。

孔府旧藏锡餐具里的食礼传承

□ 本报记者 梁爽

春节期间,阖家团圆,佳肴飘香。作为中国“四大菜系”中鲁菜的重要发源地,山东年夜饭饮食文化底蕴深厚。一众美味里,不得不提自带气场的孔府菜。每逢重大节日、重要宴请,孔府宴总能把鲁菜的大气端庄展现得淋漓尽致。

古语有云:“美食不如美器。”孔府宴的精妙之处,不仅在于菜品本身,更在于其所用餐具的考究,堪称传统宴饮文化的典范。孔子博物馆藏锡器、铜器、瓷器、银器、玉器等各类餐具,品类繁多,工艺精良,其中以锡餐具最具代表性。



●清嵌料珠鱼形锡水围 孔子博物馆藏

孔子博物馆收藏着500余件孔府旧藏锡餐具,涵盖水围、盘、碟、火锅等诸多器型,品类齐全。这些都是孔府旧藏传世之物,多是因婚嫁嫁娶、祭祀等重大事,置办或收下的日常用器。这些锡餐具大多来源于广东、北京、江西等地,是清代中后期文物。

锡器价格亲民,延展性好,颜值还高,民间更是对它赞不绝口:“盛水水清甜,盛酒酒香醇。储茶味不变,插花花长久。”宋元时期,锡器开始在民间流行;到了明代,已经稳稳走进千家万户,工艺成熟,种类大增。在锡等金属工艺品的雕刻方面,当时流行“苏州样,广东匠”,也就是说苏州的样式洋气,广东的手艺精湛。清代更是锡器的“黄金时代”,上至贵族下至百姓都在使用,孔府旧藏锡餐具正是清代锡器繁盛时期的代表。



●清嵌玛瑙桃形锡水围 孔子博物馆藏

孔府旧藏锡餐具造型丰富多样,既有仿制青铜礼器的簋、豆、鼎等造型,也有鱼、鸭、鹿、桃、瓜等象形器。这些餐具多镶嵌玉石、翡翠、玛瑙、琉璃等,表面雕刻花鸟纹样与吉祥诗文,工艺精美。其中,水围最能体现锡餐具的考究。水围为“两层三件”结构,由盖、盘碗与水锅组成,盘碗盛装菜肴,水锅注入热水,兼具保温实用之效。中国宴席讲究色、香、味、器,锡餐具作为“器”的一部分,让孔府宴不仅好吃,也变得赏心悦目。

孔府菜一向讲究“食不厌精,脍不厌细”,烹饪技法涵盖烧、炒、爆、炸、扒,用料广、工序多、做工细。只有这么精致的孔府菜,才用得上精巧别致的锡餐具。“烤花篮鲑鱼”装入鱼形的锡烫锅,“神仙鸭子”“寿字鸭羹”盛放在鸭子造型的锡烫锅,美食和美器在这里“和合共生”。

作为鲁菜的代表菜系之一,孔府菜融合了宫廷与民间,山东与江浙不同类型、不同地域菜系的风格,博采众长,口味在线,清淡鲜嫩,软烂香醇,原汁原味。当年慈禧太后六十寿辰,七十六代“衍圣公”孔令贻进京祝寿,孔府名厨用燕窝、鸡、鸭为原料,制作了“燕菜四大件”,用料考究,工艺精细,惊艳全场。

在孔府的历史中,迎迓皇帝,接待王公大臣以及各级地方官员等宴请活动频繁,可以分为家宴、喜宴、寿宴、便宴等。其中最高规格的孔府“满汉全席”,菜品多达196道,餐具就有404件。根据宴席的不同,菜肴也不同,大致可以分为冷菜、头菜、大件、行件及饭菜等。

作为宴席菜肴的“先头部队”,孔府菜中冷菜就有百余种。头菜和大件撑起整场宴席的排面,孔府中许多宴席的名称,就是根据头菜或大件来定的,比如“海参三大件席”。行件又叫热炒,主要用来侑酒,一桌宴席大概有四到十六个行件。比如“海参三大件席”,一般配“炒软鸡”“熘鱼片”“海米珍珠笋”等八个行件。饭菜是饮酒结束后,用来佐食下饭的菜肴,有六到九个不等。

孔府菜的仪式感还藏在菜名里,“诗礼银杏”“阳关三叠”诗意满满,“合家平安”“连年有余”“吉祥如意”,更是把新年的好彩头说尽了。这么讲究又吉利的孔府菜,你最钟意哪一道?



●清整刻花鸟纹锡盘 孔子博物馆藏

