

光影迎新春 消费添活力——

2026 春节档电影市场观察

根据国家电影局数据，2026年春节档（2.15—2.23）总票房为57.52亿元，观影人次为1.2亿。猫眼专业版数据显示，今年春节档总场次超435万，刷新中国影史春节档总场次纪录。这个“最长春节档”不仅为观众奉上一场光影盛宴，更以小小电影票根为纽带，激发新春消费活力。

中央社会主义学院中华文化教研部研究员孙佳山认为，春节档总体上越来越稳定以及趋向规模化、常态化。

类型丰富满足多元需求

今年春节档题材丰富，喜剧、谍战、动作、动画、科幻等类型的新片集中上映，满足不同观众的多元化需求。在中国电影评论学会会长饶曙光看来，观众更愿意接受符合他们审美经验的类型，因此《飞驰人生3》《熊出没·年年有熊》等类型IP电影受到青睐。如《飞驰人生3》讲述赛车手在巴音布鲁克拉力赛后迎接新挑战的故事，以超29亿元获得春节档票房冠军。

类型创新之作也为中国电影探索着新的可能。张艺谋执导的《惊蛰无声》将国安题材搬上银幕，讲述国安小组针对重要情报外泄事件展开行动的故事。科幻片《星河入梦》讲述人类在未来穿越虚拟梦境系统的冒险旅程，虽票房不尽如人意，但孙佳山认为其“新表达和新语态”很有价值。饶曙光也强调《惊蛰无声》《星河入梦》对中国电影类型拓展的开拓性意义，认为它们的创新和探索有利于中国电影的可持续繁荣发展。

武侠片《镖人：风起大漠》集当下众多优秀主创，讲述大漠镖客护送神秘人回长安途中冲破围剿的故事。武侠文化在中国源远流长，武侠电影更是中国电影独具特色的

类型，具有深厚的观众基础。《镖人：风起大漠》在春节档后期连续多天票房逆袭，饶曙光认为这说明观众和市场对于影片品质的认可。孙佳山指出，《镖人：风起大漠》见证了几代中国电影人对中国武侠片的创新和探索，同时，“这部影片改编自漫画，说明中国武侠文化正通过漫画、游戏等更符合当代年轻人欣赏和接受的方式得到延续”。

三四线城市票房占比近六成

今年春节档的一个显著特点是市场深度下沉。猫眼娱乐市场分析师赖力介绍，今年春节档三四线城市票房占比接近六成，为近6年最高。饶曙光、孙佳山都认为，春节期间，一二线城市有不少人外出旅游，三四线城市则有更多人走进影院观影。

春节期间，在成都工作的资深影迷刘婧回到老家湖南岳阳汨罗，共看了3部春节档电影。在成都，她已经养成了看电影的文化消费习惯，回家乡后，看电影则成为春节期间的社交硬需求，亲友们会在聚餐前后集体观影，增强了节庆的仪式感。在《镖人：风起大漠》观影现场，她还看到一个成员很多的大家庭一起来看电影的情景。刘婧认为，春节档影片的“合家欢”性质并不是要求所有人都看喜剧片，只要家庭成员一起观看，就会有更多人愿意参与其中。

集中检阅电影工业化水准

今年春节档影片，从制作到放映，科技的力量无处不在。孙佳山表示，“春节档是对中国电影工业化水准的一次集中检阅。”

《飞驰人生3》在4500米高海拔实景拍摄悬崖赛道，航拍机以最高200多公里的时速紧跟赛车，川西秘境的壮阔与赛车飞驰的震

撼让人身临其境。《星河入梦》以8000余张概念设计图、14万余帧特效画面打造梦境奇观。第12度登上春节电影舞台的“熊出没”系列电影——《熊出没·年年有熊》讲述光头强和熊大、熊二等团结一心，阻止上古凶兽“煞”毁灭世界的故事，影片集神幻、魔幻、科幻等各类奇幻元素于一身，设计了魔兽大战、天空大战、神仙大战等各种场面，展现了不同空域、场景、法器、囊括舞龙、打铁花、剪纸等传统文化元素。《熊出没计划之部落奇遇记》讲述熊猫“胡胡”和国际巨星帮助神奇部落解决种种难题的故事，其中的虚拟熊猫表情丰富，动作灵巧，毛发渲染精度极高。《镖人：风起大漠》对风沙进行的流体力学呈现并非虚拟拍摄，而是实景拍摄，孙佳山认为这是适合中国文化语境的独特创造和重要探索，“无论是真人电影还是动画电影，其背后对算力都有非常高的要求，显示出中国电影整体工业化水平的提升。”

在放映端，高端影厅为观众带来沉浸式体验。记者在山东青岛胶州一家影院的CINITY巨幕影厅观看了《惊蛰无声》，高新技术精准呈现都市景观的明暗对比与人物的微表情细节，动作场面的快速剪辑流畅自然。当晚能容纳约200人的影厅，上座率为八成左右。

票根经济激活新春消费

今年春节档，惠民补贴与“电影+”跨界联动，让小小票根释放出巨大的经济能量。

春节前，国家电影局等单位启动“2026电影经济促进年”，全年将投放不少于12亿元的惠民观影补贴。记者亲身体验到春节档的购票实惠：通过淘票票APP的“看电影迎新春”活动领到代金券，花20.9

元看了《星河入梦》；通过猫眼APP“北京新春惠民观影活动”抢到优惠券，花27.9元看了《熊出没计划之部落奇遇记》。

饶曙光评价，12亿元补贴的发放，对于提振电影市场、聚集人气、提升消费起到了积极的推动作用。他认为，“跟着电影去旅游”“跟着电影去美食”“跟着电影赶大集”等各种“电影+”活动是电影面临新的社会结构和自身变化进行调整的必然结果。

孙佳山认为，以电影票根、演唱会票根等为代表的票根经济，挖掘全社会更加广泛的消费潜力，具有推动经济社会发展的媒介杠杆效能。他指出，这一轮惠民观影补贴与以往的票补不同，之前是为了培养新观众，把大家拉进电影院；现在的补贴则是带动消费，以票根经济的方式激发观众对周边商圈及商业实体的综合消费活力。

票根经济的“乘数效应”在今年春节档得到充分释放。“跟着电影去旅游”“跟着电影去美食”等活动在全国各地展开。广东深圳依托《惊蛰无声》推出主题旅游线路，影片取景地成为热门打卡点；四川甘孜借《飞驰人生3》带动游客前往九龙县高山峡谷；重庆将《熊出没·年年有熊》中的元素融入无人机灯光秀，吸引不少观众。刘婧说，看完《镖人：风起大漠》，她很想去看《飞驰人生3》时，听到邻座已将川西列入旅行计划。

赖力表示，今年春节档不乏多类型影片满足观众需求，《镖人：风起大漠》票房逆袭、影院终端放映能力提升等亮点，“虽然春节档结束了，但这些影片的征战仍在继续。希望它们在春节档之后也能走出强劲的票房长尾曲线，为电影市场不断供能蓄热。”

(来源：人民网)

西班牙拟禁止向未成年人销售能量饮料

西班牙消费者事务大臣巴勃罗·布斯廷杜伊25日表示，政府计划出台新规，限制向未成年人出售能量饮料，以加强对未成年人的健康保护，遏制不健康食品和饮料对青少年的影响。

布斯廷杜伊说，消费者事务部正在起草相关法规，拟禁止向16岁以下人群销售所有能量饮料；对于咖啡因含量超过每100毫升32毫克的产品，禁售年龄则是18岁以下。

西班牙食品安全与营养局近日发布的一项食品与能量饮料广告民意调查显示，91%的受访者认为应禁止向未成年人销售能量饮料，近40%的受访者认为禁令应覆盖16岁以下的未成年人。

同一项调查还显示，79%的西班牙民众支持禁止向未成年人投放不健康食品广告。西班牙

儿童每年通过电视接触到超过4000条不健康食品广告，若将其他传播渠道计入在内，平均每天接触到约30条相关广告。

布斯廷杜伊表示，政府将在未来数周提出针对不健康食品广告的监管方案，使西班牙的相关政策与世界卫生组织等公共卫生机构的建议保持一致，并与多国已采取的措施接轨。

此外，布斯廷杜伊还援引西班牙关注儿童肥胖和健康的加索尔基金会一份报告说，西班牙约80%的儿童和青少年会摄入不健康食品和饮料，这一问题已成为公共卫生领域的重点关注事项。西班牙食品安全与营养局此前发布的风险评估指出，过量摄入咖啡因可能引发睡眠障碍、行为变化及心血管等方面的健康问题。

(来源：人民网)

IMF 预计美国债务负担将持续增加

国际货币基金组织（IMF）25日发布美国2026年第四条磋商声明，预计今后几年美国债务负担将继续增加。

第四条磋商是IMF每年对成员国经济表现和宏观政策的例行判断与评估。声明发布的预测数据显示，美国联邦政府预算赤字占美国国内生产总值（GDP）的比重在2025年降至5.9%后，将在2026年回升至6.1%，并预计在2027和2028年分别为6%和6.3%。

根据预测，公众持有的联邦

债务占美国GDP的比重将在2026年升至100.7%，并在2031年升至109.8%。

声明说，公众持有债务占GDP比重以及短期债务占GDP比重的上升对美国以及全球经济构成不断增加的风险。

国际货币基金组织预计，考虑到多方面政策变动的影响，2026年美国实际GDP将增长2.6%，2027年为2.1%，同时将美国经济中期潜在增速预测下调0.25个百分点。

(来源：新华网)

