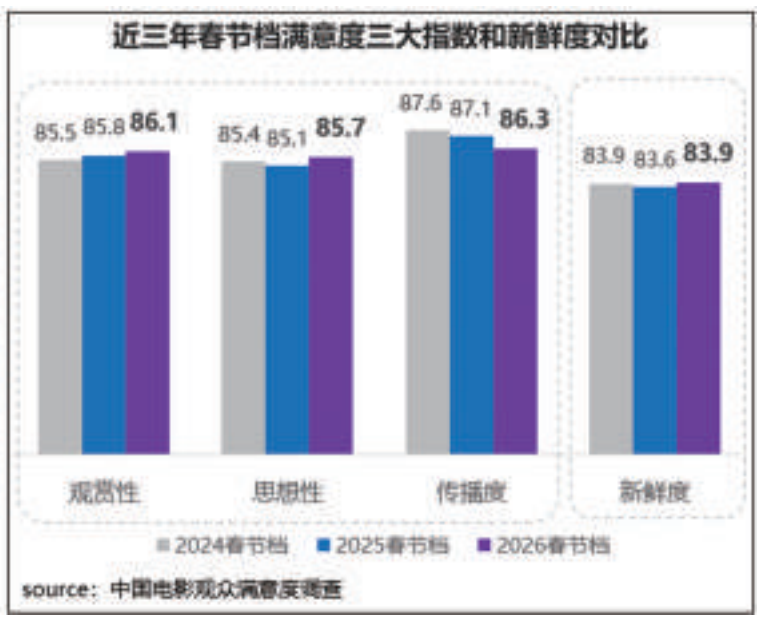
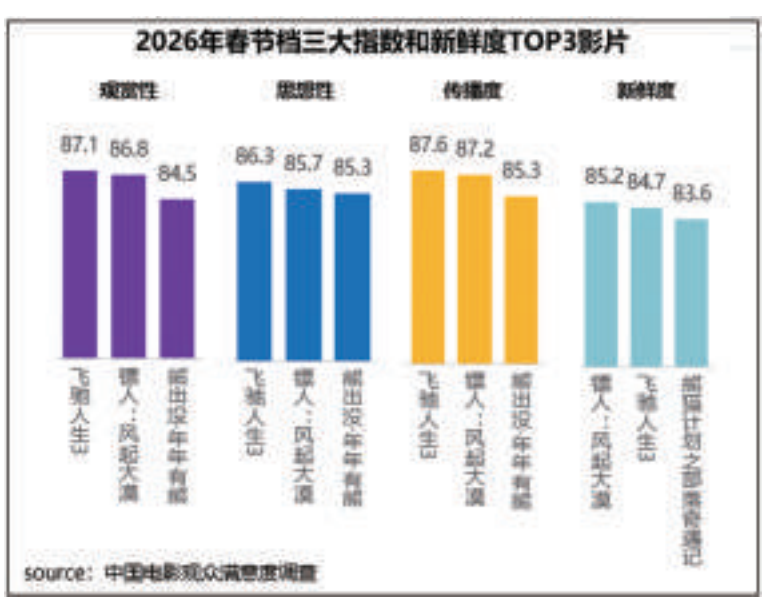
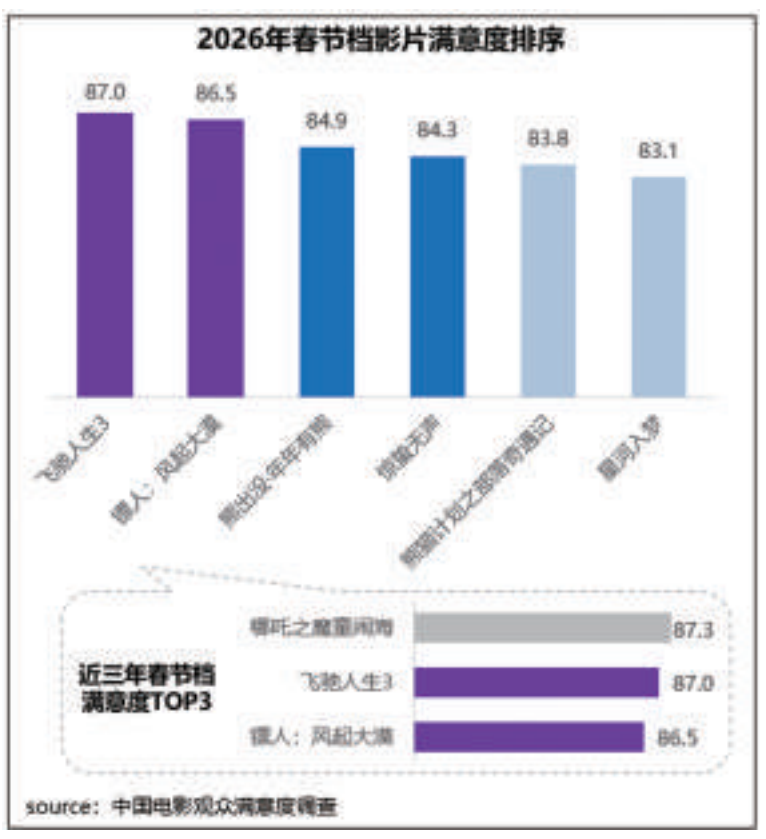
中国电影报 CHINA FILM NEWS 2026.02.25
责编:赵丽 责校:张惠 美编:李骁 E-mail:zgdyb2004@126.com

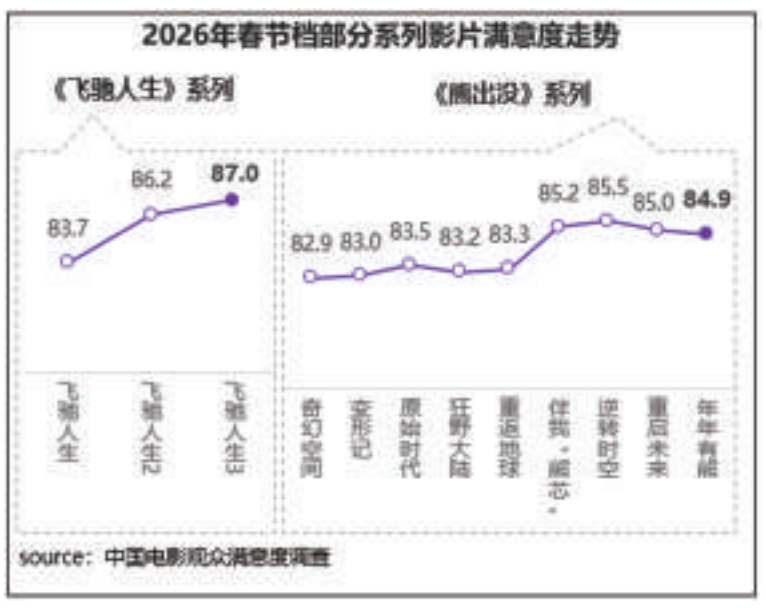
春节档观众满意度近三年持续攀升

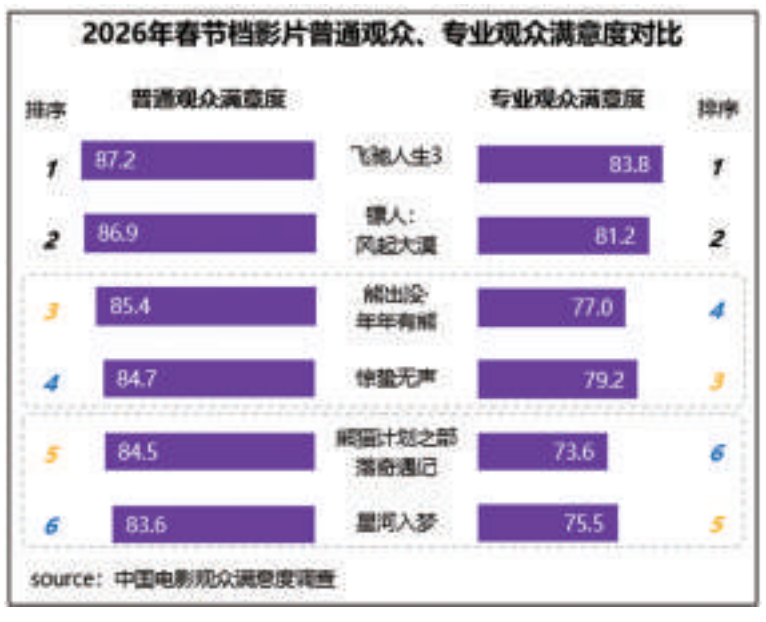
《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》满意度领衔











本报讯 中国电影观众满意度调查·2026年春节档调查结果显示,春节档满意度稳中小幅提升至86.0分,近三年呈持续增长趋势。档期经典IP与创新作品齐聚,喜剧、武侠、科幻、动画、剧情等多元类型同期绽放。调查的六部影片中,《飞驰人生3》和《镖人:风起大漠》以超86分的满意度领衔,其余四部均超83分。

◎ 艺术创新追求与思想表达相融相生 观赏性、思想性和新鲜度同比走高

观众对2026年春节档在故事创作、视听呈现和思想表达上的创新突破给予了较高的认可,档期观赏性86.1分、思想性85.7分,分别同比增长了0.3分、0.6分;新鲜度83.9分,同比增长0.3分。

具体到影片看,《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》两部影片三大指数和新鲜度都居档期前两位。《飞驰人生3》以高工业水准将速度与激情氛围拉满,三大指数都居档期第一名,其中观赏性居近三年春节档调查首位。《镖人:风起大漠》以优质创作为观众打造兼具视觉震撼与情感共振的武侠江湖新体验,新鲜度为近三年春节档第一名。

此外,连续12年登陆春节档的"熊出没"系列之第十二部作品《熊出没·年年有熊》整体创作依旧在线,三大指数都超84分居档期第三;《熊猫计划之部落奇遇记》将实景民俗与奇幻冒险融合,新鲜度居第三位。

◎ 档期六部影片满意度呈现三个梯队 《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》满意度领衔

春节档调查的六部影片呈现较为明显的三个梯队:《飞驰人生3》和《镖人:风起大漠》分别以87.0分、86.5分形成第一梯队,第二梯队《熊出没·年年有熊》《惊蛰无声》分别获得84.9分、84.3分,第三梯队《熊猫计划之部落奇遇记》《星河入梦》在83分段中。

具体来看,《飞驰人生3》延续"喜剧+赛车"的创作框架,将极致风光与高燃竞速有机融合,给观众带来更为沉浸的视听体验,满意度延续走高,为系列最高分,较2024年春节档的第二部高0.8分。《镖人:风起大漠》改编自同名国漫,依托袁和平执导的硬核武侠风格,集结多代际动作演员的群像塑造,为观众带来一部"血统纯正"的国风武侠大片。这两部影片满意度为近三年春节档影片的前三名,排名仅次于《哪吒之魔童闹海》(87.3分)。

《熊出没·年年有熊》延续合家欢定位,融入中式年俗元素,满意度居系列作品第四位,且为2021年以来首次进入春节档前三名,再一次凸显中国动画IP长线运营活力。张艺谋导演作品《惊蛰无声》以高智商谍战戏展现"无形战场"的紧张博弈,密集反转提升张力,满意度居档期第四位。

《熊猫计划之部落奇遇记》以成龙标志性功夫喜剧融合萌宠元素,带给观众温馨治愈的观影感受。《星河入梦》贴合当下热门的AI话题,以多重梦境奇观拓展想象边界。

◎ 影片细分维度创作各展所长 不同观众评价同中存异

春节档六部影片在不同观众评价中同中存异,居单片满意度第一梯队的《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》普通观众、专业观众评价排序一致,第二、第三梯队的影片排序呈现一定差异。主打欢乐治愈的《熊出没·年年有熊》和《熊猫计划之部落奇遇记》相对更受普通观众喜爱,谍战题材《惊蛰无声》、科幻题材《星河入梦》专业观众评价相对更好。

具体到细分维度上,普通观众评价的十项细分指标中首位均被《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》两部影片包揽,《飞驰人生3》的故事喜爱度、主要演员的表演、视觉效果、不枯燥、思想的深刻性居首位,《镖人:风起大漠》的音乐效果、新鲜感、精彩对白、正能量和传播方式居首位。《熊出没·年年有熊》在精彩对白指标上超过《飞驰人生3》、在思想深刻性指标上超过《镖人:风起大漠》排位第二。同时,《熊出没·年年有熊》视觉效果、正能量、传播方式,《惊蛰无声》的故事喜爱度、主要演员的表演,《熊猫计划之部落奇遇记》的故事喜爱度、音乐效果等指标也都进入前三位。

专业观众评价中,《飞驰人生3》获得了12项指标中的9项最高分评价,其中情绪情感感染力、健康积极的价值观念、不枯燥、主要演员表演得分都超过82分;《镖人:风起大漠》的类型创作、视觉效果居首位,其中视觉效果以86分创下了整个档期专业观众细分指标(不含传播方式)中的最高分;《星河入梦》的创意新颖度居首位。此外,《惊蛰无声》思想情感的深广度和健康积极的价值观念指标居档期第二,《惊蛰无声》主要演员表演、《星河入梦》视觉效果和《熊出没·年年有熊》的健康积极的价值观念、音乐效果等指标位列第三。

从观众的年龄分布来看,春节档不同类型和题材的影片明显契合了不同观众群体的观影需求。《熊出没·年年有熊》《熊猫计划之部落奇遇记》收获较多低年龄段观众,24岁以下占比为档期最高。《星河入梦》对年轻观众也具有较好的吸引力,34岁及以下观众占比最高。《飞驰人生》25-44岁的中青年观众占比最高,《镖人:风起大漠》《惊蛰无声》两部影片的25岁以上观众占比具有优势,其中35岁以上占比为档期最高。

◎ 内容品质为王 高满意度影片票房表现后劲十足

观众给予春节档及其影片较好的满意度评价,标志着电影创作者在类型化创作上突破、在IP系列化深耕上创新的努力带来了总体创作水平的提升,但在档期内尚未形成引爆全民讨论并点燃大众观影热情的头部作品或双雄乃至群雄争霸的热烈氛围。同时,受影片与春节适配性等因素影响,不同观众对档期观影选择空间的评价也都有下滑,评价"非常好,很丰富"的普通观众同比下降4.2%,专业观众降幅则高达37.2%。

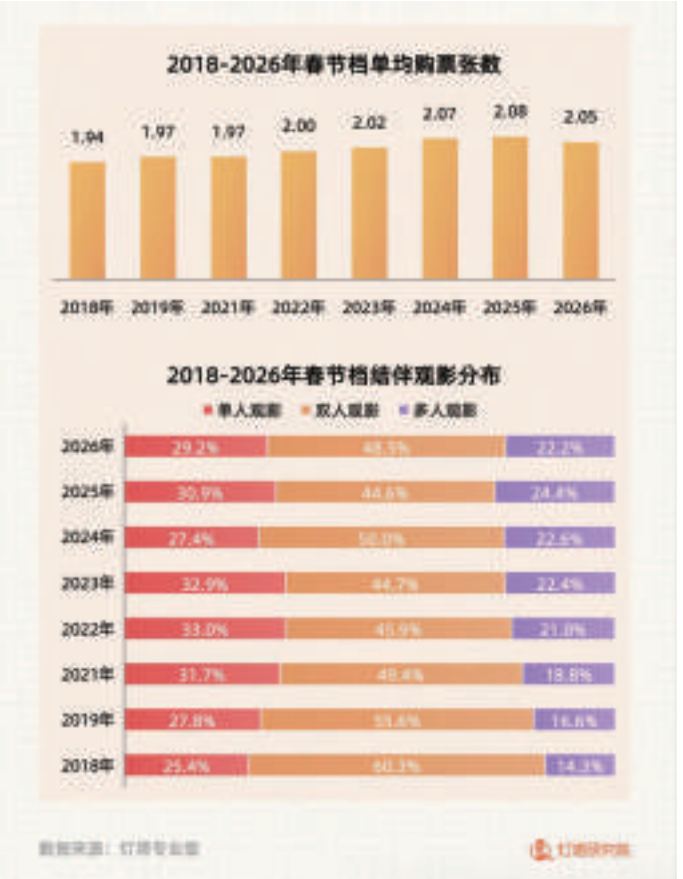
但观众的高满意度评价依然预示着高满意度影片正在且将继续展现出强劲的票房后劲。结合档期的票房表现来看,满意度居第一的《飞驰人生3》以扎实口碑助力票房持续断层领先,票房高于同系列前两部影片同期水平。位于市场腰部的三部影片观众满意度同样居第二至第四名,其中,《镖人:风起大漠》满意度与《飞驰人生3》同属第一梯队,凭借武侠类型片的优质创作,影片实现口碑发酵破圈,大年初三开始票房持续逆跌,并从排名第四位逐步逆袭至档期第二位。节后,这两部影片均会延续不俗的市场表现。

满意度排名第三的《熊出没·年年有熊》日票房和排片占比始终稳定在第三、第四的水平,场均人次数据则稳居档期第二位,延续了《熊出没》IP系列春节档最稳定和最安心的年味品质,仍将是假期中的少年儿童和家庭的重要观影选择。满意度排名第四的《惊蛰无声》累计票房截至初六居档期第二位,尽管节日期间每日排片及票房持续小幅下滑,但票房破10亿元指日可待。

"史上最长春节"临近尾声,但电影"后春节档"效应仍将持续,观众的口碑就是金杯银杯,《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》《熊出没·年年有熊》《惊蛰无声》等高满意度影片后续票房空间依旧乐观,口碑发酵将推动市场继续放量增长。 (赵丽)

大麦娱乐灯塔研究院春节档洞察:

总票房57.52亿,三四线城市票房近53%



本报讯 2月24日,大麦娱乐旗下灯塔研究院发布《2026年春节档电影市场洞察报告》。报告显示,2026年春节档总票房达57.52亿,总观影人次1.2亿,电影《飞驰人生3》《惊蛰无声》《镖人:风起大漠》分列档期票房前三名。

灯塔研究院报告显示,2026年春节档平均票价47.8元,创2021年以来新低,观众观影门槛进一步降低;总场次超435万,创春节档历史新高;双人观影占比48.5%、多人观影占比22.2%,双人和多人观影合计占比再破70%,社交需求仍是春节档观影的稳定基石。

从地域分布来看,三四线票房占比近53%,下沉趋势进一步加强。其中,《飞驰人生3》《惊蛰无声》《熊出没·年年有熊》《熊猫计划之部落奇遇记》4部影片在下沉市场票房占比均超五成;《熊出没·年年有熊》下沉表现最为显著。城市票房排行中,上海、北京、广州、成都、深圳位列前五,沈阳、佛山在城市排名中同比上升幅度最大。

从单片来看,《飞驰人生3》档期票房超29亿,以绝对优势领跑春节档;国安题材影片《惊蛰无声》以8.67亿的档期票房成绩位居第二;《镖人:风起大漠》凭借扎实的口碑,实现票房连续逆跌,以8.06亿票房成绩位居档期第三;合家欢动画《熊出没·年年有熊》以7.14亿的票房成绩位列档期第四。

数据显示,2023-2025年春节档女性观众占比都超过60%,而今年男性观众占比则出现明显增长。灯塔专业版数据分析师陈晋表示:"这一变化主要得益于《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》等影片的热映,有效拉动了男性观众的观影热情,使得今年春节档电影市场的男女比例更加均衡。"

春节前夕,千问APP正式接入大麦APP,开启AI智能购票新体验。数据显示,用户通过千问APP直接下单购买的电影票票房环比激增66倍,其中近八成订单集中于《飞驰人生3》与《惊蛰无声》。

影片热映的同时,也点燃了线下文旅热潮。大麦娱乐参与出品的电影《惊蛰无声》90%以上场景在深圳取景。影片上映后,福田CBD、南山K11大厦、光明科学城等标志性取景地成为新春打卡热点,吸引大量市民与游客开启"跟着电影City Walk"的沉浸式体验。此外,春节档热映影片《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》等均通过深度文旅联动,将银幕热度转化为线下消费动能。

"跟着电影品美食"的消费新风尚,也在大麦APP与淘宝闪购的联动中全面落地。春节期间,大麦APP和淘宝闪购在全国19城开启500场《惊蛰无声》包场活动。此外,用户在淘宝闪购免单活动页买电影票即可"解锁"奶咖免单特权。

作为连接电影、演唱会、旅游等40多个"现实娱乐"品类的超级入口,大麦APP在春节期间特别推出一系列"电影+"优惠活动,以会员买一赠一、家庭观影套票、"灯会+电影"双人券包、民俗福利券等多样化权益助力"跟着电影去旅游"成为新年俗。大麦娱乐数据显示,今年春节,大麦平台上线旅游服务项目超1200个,灯会庙会、民俗活动逾100场,有效连接跨业态消费。 (赵丽)

粤语喜剧《夜王》全国上映

本报讯 2月23日(大年初七),春节档粤语喜剧《夜王》全国上映并释出"东日特别番外"视频,超出影片之外,主创们倾情拍摄"番外小剧场",与观众一起用爆笑"反击"返工情绪。

影片自大年初一于中国香港上映,大年初四在"两广"地区(广东省、广西壮族自治区)上映,大年初六在南方各省市上映以来,票房一路高涨。截至2月23日,该片中国内地累计票房已突破7000万元。

影片此次最新发布的"东日特别番外"视频以番外形式展开,讲述招工前传故事。视频中,欢哥(黄子华 饰)、V姐(郑秀文 饰)化身"大厂面试官",笑担土地(杨伟伦 饰)则化身"职业猎头",认真广纳人才。ChiLing玲姐(谭旻萱 饰)BB(林熙彤 饰)、水晶(李芯聆 饰)、结衣(邓丽英 饰)纷纷前来"应聘",看似严肃的面试场合却因为千奇百怪的入职理由而变得诙谐幽默起来。"弹性工作""赚到钱就去旅游""我太完美甚至都有点抑郁"等等发言让欢哥V姐捂脸诠释"人在无奈的时候真的会想笑"这一状态。

影片上映以来,观众的热情不断高涨,不少观众"二刷""三刷",自发在老家看一遍,返工与搭子再看一遍共享欢乐。"粤语词典靠夜王填充""整个厅笑到拆天""够夯够正,是我印象里黄金时代港片的样子"等等真实口碑不断在各大平台发酵。影片中的高能名场面应接不暇,让观众直呼"一眨眼就错过了一个梗"。影片的爆笑属性冲淡了许多观众的返工忧虑情绪,高喊"看完好解压"。

《夜王》由吴炜伦执导,江志强、何韵明、吴炜伦监制,黄子华、郑秀文领衔主演,谢君豪、王丹妮、廖子妤、杨伟伦、卢镇业、何启华、杨偲泳、谭旻萱、李芯聆、林熙彤、邓丽英、蔡蕙琪主演;安乐影片有限公司、石榴影业有限公司、天津猫眼文化传媒有限公司出品。 (杜思梦)