

银幕光影促春节消费 吉林多地探索“电影+”业态成效显著

■文/本报记者 姬政鹏

2026年春节期间,吉林省在“2026电影经济促进年”的带动下,积极开展各具特色的电影经济促进活动,通过发放惠民观影消费券等,激发观众观影热情。全省多地把光影体验和冰雪、文旅、非遗等文旅元素和项目深度结合起来,通过相关部门、平台、商家共同努力,多方并举积极发展“电影+”业态,让“跟着电影去旅游、逛集市、品美食、赏非遗”等活动成为今年春节的新风尚。



政府搭台 企业让利 实惠观影丰富观众文化生活

今年春节,吉林省抓住雪季文旅热潮,加大电影消费券发放力度,以实惠观影丰富观众的新春文化生活。

春节期间,在猫眼App、微信App电影演出赛事版块、美团及大众点评App电影演出频道,每日10:00都有限时福利,观众可领取满30元立减10元的电影单票补贴,以及3-20元随机电影消费券。所有福利均支持吉林省内影院使用,方便本地居民与游客灵活安排观影。中国电影发行放映协会联合猫眼等售票平台开展春节档“晒票有奖”活动,广大观众可参与观影晒票、晒票,赢奖品。同时,观众可在“悠游吉林”官方公众号参与每日10:00的抽奖活动,有机会获得10-50元消费券。公众号还提供景区攻略、美食推荐与主题线路,助力游客从“看电影”到“游吉林”无缝衔接。

为进一步提升春节观影服务质量与惠民实效,吉林省电影发行放映协会联动全省重点影院,共同参与活动策划、服务升级与氛围营造,携手长影影城、万达影城、完美世界影城等影院,推出各项特惠惠民活动。

依托长影深厚历史底蕴的长影影城是吉林电影文化地标。春节期间,该影城推出了会员双倍积分、满额抽奖、跨界消费折扣等系列惠民活动,还将巨幕厅、主题影厅进行了首肯与座椅升级,大厅悬挂红灯笼、布置马年主题陈设与老电影文化展墙,打造集观影、文化体验于一体的特色场景。

万达影城依托IMAX、MX4D、杜比全景声等特色影厅优势,完成激光放映系统与音响设备迭代升级,在春节期间推出“观影立减券包、双人/三人特惠套票、票根享商场福利”等惠民举措。

万达影城吉林省负责人潘庆渝介绍说,春节期间,吉林省内万达影城直营店推出了“万事焕新,马力全开”活动,观众扫码领取50元观影立减券包,也能在万达电影APP/小程序、“长春万达影城”官方抖音平台购买优惠团购礼包,持当日票根还可享受所在商业体的餐饮优惠。影城还以“科普+电影+文旅+文化传承”打造特色消费场景,百廿电影展系统梳理电影发展历程,同时深度联动万达滑雪场、长春影都酒店群等资源,携程平台同步售卖“观影+住宿”套票,实现全城流量互通、场景互导。

完美世界影城坚持走亲民惠民路线,全程实行节假日不加价,

民俗产品和延大师生文创三大类,其中仅非遗产品就有扎染、手工皂、手工编织三类。”延边大学延边文创空间店长宋珊珊说。

据延吉万达影城经理孔丽圆介绍,此次联合促销活动中,观众持延吉万达影城当日电影票,在现场选购非遗和文创产品可享专属折扣,同时在万达广场内合作的餐饮、商户消费,也能凭票根享受不同力度的优惠福利,“非遗产品有效提升了影院的吸引力,带动了客流增长与观影消费,春节期间到店人数和消费额均有明显提升。”

依托场景优势 探索消费融合 长春激活“电影+”新动能

2月12日,“2026年电影经济促进年”启动仪式在京举行,全国16个“电影+”消费综合试点城市正式公布,吉林省长春市入选其中。春节期间,长春也积极推动电影文化融入新春生活,以“电影+”激活城市消费新动能。

长春万达影城依托万达茂、红旗街万达广场、摩天活力城等商业综合体的场景优势,将观影与餐饮、购物、娱乐等消费业态深度融合,让“电影+”消费体验从影院延伸至整个商圈。潘庆渝表示:“长春本就有深厚的电影文化底蕴,这次入选试点更是给我们增添了动力。我们立足商圈优势,把观影福利和餐饮、购物深度融合,用接地气的活动、真金白银的优惠,营造浓浓的过年氛围,也以光影之力激活假日消费,为长春‘电影+’试点建设添一份力。”

在春节的“福利礼包”中,不仅有观影环节福利,50万张立减券大放送,有吉林省内8家银行联合推出的10元起看大片优惠,还有针对不同时段推出的观影立减活动,让观众实实在在享受到购票让利;持电影票根更能解锁景区、美食、冰雪、酒店、停车等八大超值福利,商圈内众多商户同步推出配套优惠,真正实现“一张票根享全城实惠”。此外,IMAX专场观影许愿、电影主题周边发售、晒票根赢精美礼品等特色活动,也让观影体验变得更加丰富多彩。

长春耀莱影城负责人李航介绍说:“我们今年着重排映了合家欢、喜剧类影片,准备了免费大堂观影的同时感受新春乐趣。”长影电影院营销部副经理张沫表示,今年春节档《飞驰人生3》特别受欢迎,是影院的票房主力影片。“依托9天长假,我们结合观众观影需求,动态加大了热门影片的排片力度,同时推出新春观影优惠与主题打卡活动,在提升观影体验的同时,营造浓厚节日氛围,用光影陪伴市民欢度马年春节。”

2026年春节,长春“电影+”消费融合稳步推进,差异化影院供给各具特色,“政府补贴+平台助力+影院让利”模式成效显著,电影衍生消费持续升温。长影经典文创、电影主题周边成为消费热点。“电影+文旅”加速融合,54路文旅专列、长影旧址博物馆、莲花岛影视城等景点持续火爆,更多电影流量转化为消费增量。

中国电影博物馆举办马年新春系列文化活动

本报讯(记者 姬政鹏)2026年春节期间,中国电影博物馆精心策划了以“光影融合新春,艺术邂逅民俗”为主题的系列文化活动,通过融合电影艺术魅力与中华优秀传统文化,为广大观众营造了沉浸式的新春光影体验。

为更好地满足春节期间的参观与观影需求,中国电影博物馆对开放时间进行了优化与调整。自正月初一至初七(2月17日至23日),全馆展览区域延长开放至18:00,影厅则根据当日排片计划服务至最后一场影片结束,充分保障了观众多元化的文化消费时间。

在氛围营造方面,博物馆将物理空间转化为可步入的“春节叙事剧场”。馆内以中国红为基调,融入鎏金马年元素进行全方位布置。标志性的中央圆厅呈现了四屏联动的主题视频,结合漫天福袋、奔腾金马与立体“春”字装置,生动演绎了瑞气升腾、骏马奔腾的新春景象。馆内还特别设置了《入画·影门贺岁》《拾光·胶片话新年》等多处融合电影胶片元素与传统技艺的特色打卡点,成为观众记录新春团聚与欢乐瞬间的热门选择。

此次新春活动打造了五大文化板块,努力满足全年龄段观众需求。在非遗民俗系列活动中,“非遗焕彩贺新春·马跃光影奏华章”主题活动于正月初一至初七持续开展,馆内设置了投壶、福字拓印等四项传统民俗



互动体验,吸引了大量观众参与。正月初二、初六及初七,博物馆在二层多功能厅开设团扇绘制与皮影制作非遗体验课程,为亲子家庭提供了感受传统匠心的实践平台。正月初三至初五,圆厅上演的《弦歌映画·民韵奏华年》民乐表演,则为观众带来了高雅沉浸的听觉盛宴。

在亲子教育与艺术普及方面,作为纪念中国电影120周年的特色活动,《光影逐梦·童享百年》研学亲子科普活动于正月初六举行。活动通过导览参观、沉浸体验与互动环节,向青少年普及了中国电影的发展历程与科普知识,有效搭建了亲子共同探索光影艺术的桥梁。

春节假期影片展映不停。“光影辞旧岁喜迎新”主题展映活动自

正月初一持续至正月十五,通过“线下胶片放映+线上云端展播”相结合的形式,集中放映了多部1950至1999年间的国产经典喜剧影片,线上线下均获得了观众的良好反响。同时,为回应观众对春节档新片的观影热情,博物馆密集排映了包括《飞驰人生3》《惊蛰无声》《熊出没·年年有熊》等在内的六部2026年春节档重点影片,并继续放映《阿凡达3》(IMAX版)等热门影片。自腊月二十八至正月初七,馆内每日排片超过20场,全力保障了观众的观影选择与体验。

此外,博物馆推出的马年主题限定文创产品、带有“马年吉祥”印花的特色咖啡以及VR电影体验等项目,进一步丰富了观众的逛馆体验,让新春的光影记忆与美好祝福得以延续。

提前一年预热《流浪地球3》 万达电影带来春节档“最意外彩蛋”

本报讯 往年春节,大家讨论最多的是“春节档看哪部”,今年多了一个问题——“去哪个影院看”。

大年初一上午,第一批走进万达影城的观众发现,电影开始前,银幕上多了一个新春特别“彩蛋”——郭帆、吴京、刘德华、沈腾四个人坐在一起,以文明观影提醒的方式出境。而其中一秒画面,来自2027年大年初一才会上映的《流浪地球3》。有人当场惊呼:“没想到来万达影城看电影,竟然能看到《流浪地球3》沈腾造型首次曝光!”

据万达电影方面统计,仅大年初一天,这支新春公益贴片就在全国710余家直营影城、超过6000块银幕上播放,预计春节期间累计覆盖观影人群将超2300万人次。不只是国内,万达电影旗下Hoyts位于澳大利亚、新西兰的部分影城也同步上线了该贴片,预计春节首周将放映550场,吸引不少海外华人前去打卡和观影,感受来自家乡的新年氛围。

提前一年约定影迷的“浪漫”

在电影院里率先曝光明年大片的独家内容,万达电影可谓又开行业先河。《流浪地球3》的这支贴片选择在影院独家首发,并非流媒体,它便不再是一条可随意划走的短视频,而成为一场独属于影院的仪式。这是万达电影对电影本质的致敬:用银幕呈现属于银幕的内容。

其实,万达电影已是连续第二年在春节档制造惊喜。去年,他们推出了《唐探1900》拜年彩蛋以及王鹤棣、刘昊然、屈楚萧的新春公益短片,大受欢迎;今年除了《流浪地球3》新春公益贴片,还有万达电影星伙伴陈昊宇、姚琛、陈丽君的新春祝福短片轮番登场。

连续两年,同一个档期,同一块银幕,“来万达影城看不一样的春节档”正在从一句口号变成观众自发期待的新习惯。有人在社交平台对比两年的

阵容,有人开始猜测明年会出现哪个IP,更有粉丝提前一年开始许愿——这种期待感本身,或许比单次曝光更有价值。当观众开始因为“可能有惊喜”而选择某家影院时,春节档的消费逻辑,正在发生微妙的变化。

影院不只是看电影的地方

把独家公益贴片做成万达影城春节档的“保留节目”,背后是万达电影对影院角色的重新思考。

自陈祉希出任万达电影董事长后,凭借在内容领域的深厚积累与顶级资源整合能力,万达电影开始推出一系列专属于院线的独家内容。今年这支《流浪地球3》新春公益贴片,正是源于她对内容创作的深刻理解与对观众心理的精准把握——在内容策划阶段便注入院线思维,让内容端与放映端实现真正拉通。用内容的思维做渠道,再用渠道的力量反哺内容,这正是万达电影为影院注入新价值的核心逻辑。

有价值的独家贴片,更是在拓宽观众在影院里的内容体验。按照陈祉希的规划,影城不应只是电影的放映终端,而应实时汇集最受欢迎的艺术与娱乐形态,让用户来到“超级娱乐空间”后,不仅可以体验精彩的内容,还能在连贯的生活场景中,源源不断获得情绪价值。

从《流浪地球3》独家内容,到春节档带着和小马宝莉联名的碧眼爆米花“痛痛”在满溢“魔法”氛围的影城时偶遇“熊熊检票员”……万达影城正在用一系列连续动作,将“超级娱乐空间”的战略构想落地为可感知的美好体验。当影院开始用独家内容培养观众习惯,它所能承载的,将远远不止于一部电影的长度。

观影“新年俗”的背后

会玩只是表象。万达电影让全

国710余家直营影城在同一时间、以同一标准完成同一件事,背后是一套科学管理策略和精心打磨的体系。

作为中国电影院线的标杆品牌,万达电影致力于以“五星级影城”标准构建全场景服务体系。从前沿视听技术升级落地、沉浸式场景革新到全链路服务标准化流程的严格执行,再到无障碍观影设施、公益放映等社会责任实践的持续推进。当一家影城既能用内容制造惊喜,又能有服务保障体验,观众的选择就不再是偶然。

这种选择的直接结果,体现在大年初一全国票房TOP10影院的榜单上,其中9席均被万达院线包揽,如太原龙湖万达影城、滨州万达影城、阜阳万达影城等。这意味着,当万达电影用独家内容制造惊喜时,观众正在用实际行动投票,将万达影城推向了春节档观影的首选之地。

万达院线是全国第一大院线,其不仅拥有规模优势,更在核心票仓保持着高密度覆盖。在票房最好的影院里,聚集的是观影频次最高、消费意愿最强的用户,这也正是片方最想争夺的资源。而万达电影通过独家内容和渠道,正在实现对其的精准赋能。春节档观众构成与日常档期不同,要精准触达到这个群体,需要时间窗口和银幕场景的双重精准。对于《流浪地球3》这样的大体量IP而言,这支贴片相当于在电影上映前一年,提前锁定了千万级的高价值观众。这个春节,万达影城场景触达的这批人,明年大概率会为这部电影再次走进影院。

当观众因为一次次惊喜而对下一年的春节档充满期待,影院便不再只是一个电影放映终端。或许,这就是电影院存在的另一种意义:它不只是放映电影的地方,更是让平凡日子里多出一丝惊喜、一点期待、一点可以提前一年就开始盼望的理由。

(姬政鹏)

