

《飞驰人生3》8天票房破31亿元



本报讯 据国家电影局数据,2026年春节档票房为57.52亿元,观影人次

为1.20亿,春节档上映的影片票房分别为:《飞驰人生3》29.27亿元,《惊蛰无声》8.68亿元,《镖人:风起大漠》8.06亿元,《熊出没·年年有熊》7.14亿元,《熊猫计划之部落奇遇记》1.93亿元,《星河入梦》8057.96万元,《夜王》7245.40万元。

今年的春节档中,影片《飞驰人生3》无疑成为最大赢家。自大年初一上映以来,票房持续断层式领先。截至2月24日,《飞驰人生3》总票房已破31亿元。

2月17日,春节档电影《飞驰人生3》在大年初一正式上映,并在北京举行路演活动。沈腾、尹正、范丞丞、沙溢、魏翔等主演亮相,分享表演心得。

影片延续该系列的赛车热血逐梦与欢笑感动,讲述了张驰与新老朋友一起重启人生新赛道,踏上爽燃新征程的故事,上映首日票房突破6亿,领跑春节档,表现亮眼。

沈腾以张驰的角色身份,向主创表达感谢,感谢导演、编剧、叶经理、厉小海等,最后不忘感谢身边的“王后”尹正,“无论多么坎坷、艰辛,身边多么惊险,都不离不弃陪伴在我身边。”

沙溢感谢导演韩寒和沈腾、尹正、魏翔这些前两部的创作者们成就这个系列电影,感谢观众们的喜爱,才有了《飞驰人生3》,自己也有幸加入这部续作。

《飞驰人生3》由韩寒编剧并执导,沈腾领衔主演,尹正、黄景瑜、张本煜领衔主演,魏翔、沙溢主演,范丞丞、孙艺洲主演,段奕宏特邀主演,张新成、胡先煦、李治廷、白宇帆、周政杰、高华阳特别出演,贾冰、王安宇、陈永胜、冯绍峰、郝瀚友情出演,正在全国影院热映中。

(赵丽)

《惊蛰无声》8天票房超9亿元 观众力赞“看到了当代谍战的惊心动魄”

本报讯 截至2月24日,由张艺谋执导的春节档电影《惊蛰无声》累计票房超过9亿元。自影片上映以来,不少观众纷纷表示:“不仅年轻人对这个全新题材十分感兴趣,身边许多爱看谍战片的长辈,也被国安抓间谍的故事深深吸引,很期待能够在2026年的春节和全家人一起走进影院。”也有观众分享:“能够在春节档看到这样一部电影,更能感受到其中的特别意义,正因为有了这些默默的守护,才更能让大家体会到此刻团圆的珍贵。”

《惊蛰无声》是当代国家安全题材首次被搬上银幕,全程在国家安全部的

指导下拍摄。谈及“当代谍战”这样一个与当下现实紧密相关的特殊题材,导演张艺谋表示:“从剧本阶段开始就得到了国安方面的支持,拍摄这种题材难度虽大,但希望能把这样一个带有家国情怀的好故事,传递给大家。”

正如影片片尾曲的一句歌词所唱,“你沉默的背影,是你无悔的逆行”,国安干警严迪(易烊千玺饰)最后独自一人走向黑暗的背影,成为了许多人心中挥之不去的画面。有观众分享:“在严迪的身上看到了千千万万个国安工作者,孤独又隐忍,坚毅又克制。”易烊千玺也将这份特质称为角色的“藏”,是一

种向内收的情绪。他还分享这个镜头对自己的触动:“好像看到了那些在前线的无名英雄,能够饰演这样一个角色十分荣幸,唯有致敬。”

副队长黄凯(宋一龙饰)逐步为欲望退让底线,最终走向终结的结局令不少观众内心五味杂陈。谈及黄凯的沉沦,宋一龙表示:“这个过程中黄凯在不断摇摆,在理性和感性中博弈,被推着走,最后回不了头。”而另一边,身为“黄雀”的赵虹(宋佳饰)同样经历着很难以言喻的心情,宋佳表示:“她不希望任何人出问题,既要找到真相,但又怕看到真相,很复杂。”

该片近日还发布了片尾曲《忠诚》,歌曲MV中,有这样一段由国家安全机关提供的特别画面,镜头聚焦于那些现实生活中真实发生的间谍抓捕行动。面对将我国机密文件视作利益筹码的犯罪分子,一位位身处一线的国安警察以行动捍卫国家安全。而他们的模糊掉的身影和被处理过的声音,正是对“无名英雄”的诠释。正如MV中一位国安干警所言:“我叫什么不重要,大家只要记住国安警察就行了。”观影后,有观众被歌曲触动,直言:“严迪在这首歌中走向了黑暗,我们走出影院却看到了万家灯火,此刻这份守护变得具象化了。”

(影子)



《熊出没·年年有熊》口碑向好 特辑揭开高燃名场面创作细节

本报讯 春节档合家欢电影《熊出没·年年有熊》上映8天票房已突破7亿,接连打破4项纪录,尽显国民动画IP的号召力。影片口碑一路领跑,其中,影片在猫眼、淘票票双平台斩获9.5高分,大V推荐度得分100%,多项核心数据位居春节档前列。观众称赞影片:“有笑有泪,年味十足,是今年春节档有诚意、有惊喜的一部作品”,影片特效场面更是收获一众好评,不少观众评价:“3D效果视觉震撼,孩子说有触手可及的感觉”“画面精致舒适,特效场面行云流水、流畅震撼。”

近日发布的“匠心打造终极一战”特辑,深度揭秘年年觉醒对抗“煞”的高光幕后创作细节,从粒子系统打造的极致特效,到民乐与管弦交织的恢宏配乐,全方位展现影片在制作层面的匠心打磨,为走进影院的观众带来震撼沉浸的视听体验。

特辑中,首次曝光影片高光片段,揭秘年年封印“煞”的终极对决幕后创作历程。在“熊强”组合与年年一同踏遍人间、历经重重冒险后,年年最终觉醒蜕变、勇敢扛起使命,与“煞”展开最终对决,这场高潮大戏将影片的情绪张力与视听体验拉至巅峰。作为全片最

重要的戏份之一,主创从自然万象中汲取灵感,以天空、海洋、森林映射人间各类灾难,用“年”所代表的生命力量,唤醒万物新生。生机盎然的绿、澎湃壮阔的浪潮,以及年年“变身开大”时千丝万缕的华彩效果……在各种瑰丽奇幻的视觉美学中,兼具磅礴的大场面设计,和丰富的细节层次,令观众直呼过瘾。而即便是短短几秒的万物生长与自然鸟翱翔的镜头,背后也承载着极高的技术挑战。主创以超过三百万的植被覆盖、亿级特效粒子将细节打磨到极致,通过粒子系统与程序生成技术结合,构建出一个经得起无限放大欣赏的生态环境。

为带给观众沉浸式的观影体验,传递年年内心觉醒的磅礴力量,影片在配乐上同样下足功夫。创作团队将传统民族乐器和全编制的管弦乐队融合,层层铺就音乐的厚度和力度,战斗高潮部分的女声长调直冲云霄,将情绪冲击力拉至顶点。视效与配乐的双重匠心,铸就了观众对名场面的好评:“一年比一年强,《熊出没》从未让我们失望。”

陪伴观众完整走过12个生肖年,《熊出没》早已成为无数家庭的不可或缺的“过年搭子”。有观众坚持12年“全

勤”打卡,一路见证了“熊强”组合冒险版图的扩大,更有许多家庭表示,年夜饭后全家共赴影院看“熊出没”,已成为雷打不动的春节仪式感。

该片由华强方特(深圳)动漫有限公司、浙江横店影业有限公司、中国电影产业集团股份有限公司、天津猫眼文化传媒有限公司、华夏电影发行有限责任公司、大麦娱乐(北京)有限公司等联合出品。

(杜思梦)



影院终端放映能力提升 下沉市场消费潜力释放 猫眼研究院发布2026春节档数据洞察

本报讯 2月24日,猫眼研究院发布《2026春节档数据洞察》(以下简称《洞察》)。《洞察》显示,今年春节档电影总票房达到57.52亿元,总观影人次1.20亿。档期内,《飞驰人生3》票房表现符合行业预期。《镖人:风起大漠》上映后凭借过硬口碑实现票房逆袭,带动假期最后两日大盘跌幅相对较小。

值得一提的是,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。猫眼专业版数据显示,今年春节档总场次超435万,创春节档历史新高。其中初一至初七日均场次超55万,相比去年同期提升15%,为观众提供更丰富的观影选择。与此同时,今年春节档平均票价降至近六年最低水平,三、四线城市票价下滑幅度更为明显,同比下降超6%,大幅降低大众观影门槛。

随着各地观众返乡过年,下沉市场成为春节档票房的主力军。今年春节档,三、四线城市票房占比接近六成,为近年最高,下沉市场消费潜力得到进一步释

放。具体到影片,除《星河入梦》《夜王》外,其余新片三、四线城市票房占比均超过50%,其中《熊出没·年年有熊》占比更是高达65%以上。而在全国影城票房排名中,有4家四线城市影城跻身前十。

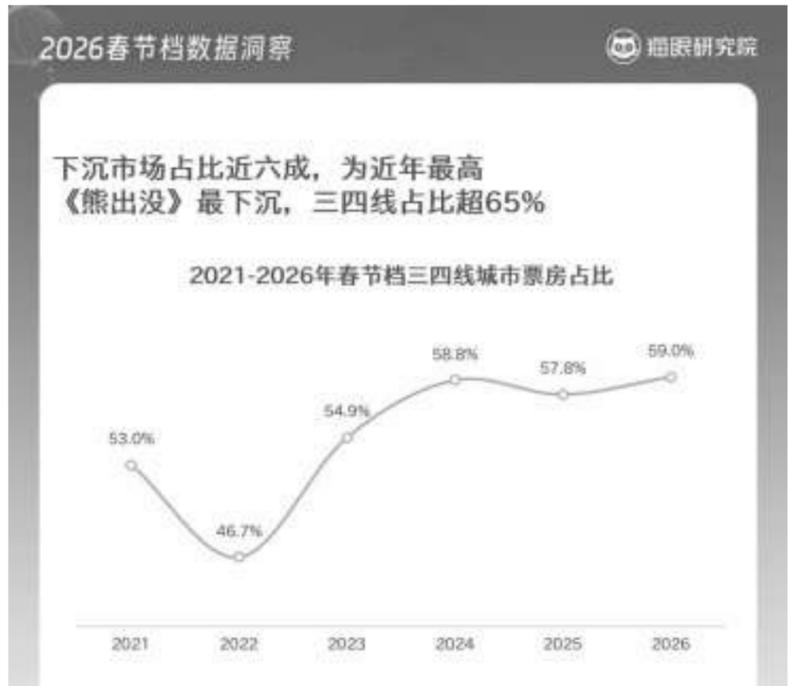
从单片表现来看,《飞驰人生3》作为IP系列续作,以超29亿的绝对优势,稳居档期票房榜首;聚焦国安题材影片《惊蛰无声》以8.67亿档期票房成绩位居第二;漫改武侠电影《镖人:风起大漠》与合家欢动画《熊出没·年年有熊》分别以8.06亿、7.13亿票房成绩位列第三、第四。在《飞驰人生3》和《镖人:风起大漠》的带动下,今年春节档购票画像也首次更偏向年轻男性。

档期内,《飞驰人生3》展现出了成熟IP的优势,通过“高认知+强转化”带来票房基本盘,再通过稳定的口碑表现带来票房突破。数据显示,《飞驰人生3》映前累计想看人数达97.8万,创系列新高,首映日票房6.41亿也刷新了系列首映日的票房纪录。影片制作持续升级,视效层面的突破获得观众高度认可,上映前两

日单片IMAX票房占比均超90%。

除头部影片领跑外,档期中亦涌现口碑黑马。武侠片《镖人:风起大漠》成为今年春节档唯一实现票房逆袭的影片。《洞察》显示,影片首日票房排名仅第4,到第四日已成功升至第2,场次占比与票房占比同步走高。作为男频热血漫改作品,《镖人:风起大漠》集齐几代功夫影星,以精彩的动作戏为核心亮点,观众对主创及角色的评价占比达38.8%,远超2025年均值。值得一提的是,陈丽君饰演的阿育娅获得女性观众的高度好评,观众提及率仅次于吴京饰演的主角刀马,让影片在核心男性受众之外,实现了受众“圈层”的突破。

猫眼娱乐市场分析师赖力表示,2026年春节档,头部IP的持续发力与优质作品的口碑逆袭并存,下沉市场的消费潜力进一步释放,展现出中国电影市场的坚实基础和超强韧性,未来电影市场有望进一步优化提升内容供给,探索多元类型题材、持续挖掘消费潜力,助力行业朝着更高效、更繁荣、更具活力的态势不断发展。(姬政鹏)



IP联动释放“电影+”消费活力 万达电影2026春节档商品销售额超亿元

本报讯 2月24日,国家电影局发布数据,2026年春节档电影票房57.52亿元,观影人次1.20亿,其中《飞驰人生3》票房领跑。今年春节档,不仅有题材多样、类型丰富的影片,满足不同年龄、不同群体过年观影的需求,创新性的活动与丰富的联名商品,也让IP消费成为电影市场新的增长极,电影院正在成为家庭娱乐生活枢纽和娱乐消费新地标。

过去17年,万达影城始终是观众观影的首选之一,市场份额全国第一。2026年春节档,万达影城市场占有率同比增长0.7%,进一步巩固行业领先地位。数据显示,在春节档全国票房TOP10影城中,万达影城独占6席,在票房TOP100影城里,万达影城独占65席,并包揽了19个省级票房冠军和154个市级票房冠军。品质观影首选万达影城,已经成为很多观众的习惯。

今年春节档,万达电影不仅是春节档票房冠军《飞驰人生3》的主要出品方和联合发行方,还提前一年独家首发了《流浪地球3》新春特别彩蛋。郭帆、吴京、刘德华、沈腾四人坐在一起,以文明

观影提醒的方式出镜,其中部分内容,来自2027年大年初一才会上映的《流浪地球3》。很多观众感叹,“来万达影城竟然看到了《流浪地球3》沈腾造型曝光”“在万达影城才能看到其他电影院看不到的内容”。

不只“独家特供”,万达电影春节期间围绕小马宝莉、熊出没、一二布布等热门IP推出了一系列衍生品和线下活动。除了毛绒玩具、爆米花桶等衍生品和周边,万达电影还在全国280多家影城搭建小马宝莉的互动体验区,在部分影城安排熊出没人偶检票员和人偶巡游,并在全国数十家影城,为用户定制福运座驾毛绒挂件的提车仪式。

“我们希望通过这些衍生品和线下活动,将万达影城打造成春节期间全家线下娱乐的新地标。”万达电影工作人员介绍,通过打造丰富的娱乐元素和体验形式,让电影院不止可以观影,更可以提供充满仪式感和沉浸感的娱乐体验与节日氛围,成为真正的超级娱乐空间。

在IP经济和影院社交的带动下,电影院的营收结构也进一

步朝着健康、多元化发展。数据显示,春节期间线上线下参与万达影城活动的人次超过千万,商品销售额超过1亿元,销量超过530万件;近170万件衍生品被观众买回了家。

据统计,小马宝莉限量造型桶在初一当天售罄;熊出没衍生品观影客群购买率高达38%,其中熊出没的毛绒公仔及挂件售出30万件,成为家庭客群首选。餐饮方面,万达电影自研食品品牌“三口小时光”成为观众的“心头好”,春节期间,单日销售额在包装食品类占比均超70%。

除了为观众提供丰富的娱乐体验,今年春节前夕,全国7000多家万达影城的工作人员也统一焕上了新装,以新的面貌迎接观众。万达电影相关负责人表示,陪伴无数家庭度过春节假期是影城一直以来的传统,万达电影希望通过打造丰富的线下活动和IP联名商品,继续落地“超级娱乐空间”战略,让电影院逐渐成为集观影、社交、购物、娱乐于一体的生活枢纽。通过重构娱乐消费逻辑,将传统影院升级为融合文化IP、沉浸体验、生活服务的娱乐消费新地标。(姬政鹏)