

2026 春节档电影经济透视： 场灯亮起，消费接力

■ 文/本报记者 姬政鹏

2026年是电影经济促进年。今年春节期间，电影产业对消费链条的拉动作用引人注目。档期内，全国电影票房产出57.52亿元，吸引1.2亿人次走进影院。影院外，包括餐饮、交通、零售、电影IP衍生品、电影取景地旅游等在内的中国电影全产业链产值达907亿元。

这是一条从银幕出发、连接千行百业的探索之路，也是一个彼此支撑、协同发力的产业生态体系。主管部门的政策引导和真金白银的惠民补贴，有效降低了观影门槛，释放了消费潜力，而各地以电影为媒精心策划的跨界联动，则将这些潜力精准导向更广阔的消费领域。从新疆克拉玛依的大漠戈壁到深圳的“城市之眼”，从影院里的限定款爆米花桶到商场中庭的非遗市集，电影票根串联起了“吃穿住行游购娱”的全消费链条，声光画影带来的共鸣和感动也转化为连接文旅、餐饮、零售、非遗、文创等多重消费场景的流量入口。

当影片放罢，场灯亮起，观众步出影厅，一个更精彩的经济故事刚刚开篇。

◎ 各地政策红利“百花齐放” 惠民补贴点燃消费引信

春节期间电影经济的发展与推广，离不开自上而下、多方联动的政策护航。早在年初，国家电影局便联合中央广播电视总台、商务部等多部门，启动“2026电影经济促进年”活动，旨在通过一系列政策引导，鼓励各地开展特色电影经济促进活动，积极扩大观影消费。国家电影专资办以及中国工商银行、中国银联、猫眼娱乐、抖音生活服务等金融机构和平台，宣布全年预计投放不少于12亿元的惠民观影补贴，为春节档乃至全年的电影消费市场注入了“强心剂”。仅春节假期，相关单位、平台发放的电影消费券合计核销超过1.8亿元，直接带动票房产出超17亿元。

在行业主管部门的宏观引导下，各地也因地制宜，精准施策，配套政策“百花齐放”。今年春节档，广东省收获了5.89亿元票房、1285.8万人次观影、46.3万场放映的成绩，三项指标均位列全国省份第一。广东省电影局相关负责人将春节档的成功归结为“消费活力与市场

生态的双重胜利”。在严查偷漏瞒报票房的违规影城，规范市场秩序的同时，广东省电影局联动科技、商务、文旅、工会等部门，携手金融机构、电商平台、院线影城，推出覆盖购票优惠、文旅联动、公益观影等维度的八大新春观影福利，成功点燃了岭南新春的观影热情。

排名第二的江苏省，电影票房产出5.76亿元，全国占比10.01%，观影人次1168.09万，全国占比9.72%。票房背后，江苏省的惠民网络则织得又密又广。由江苏省电影集团策划的“MOVIE生活新年嘉年华”活动，在2025年12月16日至2026年3月3日期间，面向全省发放总价值1200多万元的电影消费券。南京市发放1000万元数字人民币购票补贴，无锡市启动总规模2000万元的“电影+”惠民消费券，常州市推出“常宝666”主题观影抵扣券，镇江市面向留镇外来务工人员发放55元观影券包……覆盖不同地域、不同群体的补贴“组合拳”，让“看电影”成为一项普惠性强、获得感高的新年俗。

中西部地区同样通过有力的补贴政策，激发了当地观影消费市场。甘肃省推出的“甘肃省2026年惠民观影促消费之‘春节档’活动”，每个用户每日可领取2张“满30元立减10元”政府惠民观影券，叠加银联、银行优惠后，观众最高可享“满30元减25元”的观影价格。四川省“金熊猫惠民观影行”活动截至2月22日共发放1041.2万元电影消费券。安徽省发放总值3940万元的电影消费券，创该省近年来发放额新高。湖北省投入7550万元，其中包含电影消费券3550万元和首次增设的“电影+”特色活动补贴4000万元。

各大城市的操作则更加精细化。上海市春节假期共产出票房1.97亿元，放映场次12.5万场，吸引366.9万人次观影，三项指标居全国城市第一。上海市委宣传部(市电影局)联合猫眼、淘票票推出的2026“乐影上海”春节消费券活动助力不小，该活动自2月14日起每日发放消费券，共投入1500万元观影优惠和

3500万元“电影+”福利，观众最高可享6次共360元优惠。据统计，2月14日至23日，“乐影上海”消费券累计核销41.8万张，带动票房增量3709.2万元。

北京市开展的“骏马贺新春 京彩中国年”新春观影惠民活动同样给力。活动覆盖全市300余家影院，以“直补惠民”的方式切实降低观影门槛。截至2月23日，北京共核销补贴资金1675万元，直接惠及153万人次，撬动票房产出高达9017万元，杠杆效应显著。春节期间，北京市共放映影片11.7万场，产出票房1.8亿元，吸引观众318.9万人次，三项指标列全国城市第二。

同为一线城市的广州和深圳也在惠民观影上加大投入。深圳文旅通过“湾游记”小程序，发放一万张观影券，并可叠加数字人民币、银行满减等优惠，吸引全市247家影城参与。广州在多家影院开设公益放映专场，广州珠影星寰国际影城联合美团平台为外卖骑手、退伍军人、环卫工人等群体安排《飞驰人生3》等

春节档热门影片；银联携手广州华影飞扬影城乐峰店，在大年初四举办《飞驰人生3》的公益放映活动；广州市总工会也通过“广州工会”小程序免费送出数百张电影票。种种惠民观影活动深入职工群体，有效释放了消费活力。

也是在春节期间，河南郑州八家奥斯卡院线直营影城联合河南省直工会开展“1元观影”活动，每位会员可享3个补贴名额，覆盖家庭、年轻群体等核心观影人群。浙江绍兴发放“光影绍兴”电影消费券1000万元。浙江宁波于2月11日起上线180万元春节档电影消费券，覆盖全市116家影院。广东中山首次将电影票纳入文旅消费券支持范围，消费券覆盖春节黄金周观影档期及节后延展时段。

这些真金白银的投入，有效提升了消费者的观影意愿与频次，为春节档庞大的观影人次和票房收入奠定了基础，也为后续“电影+”消费的衍生与拓展储备了充足的客流。



江苏盐城“MOVIE生活新年嘉年华”活动现场



河南郑州春节档“电影+”消费活动启动

◎ “电影+”生态更加成熟 票根成消费融合核心纽带

2025年是中国电影消费年，产业链各环节对“电影+”进行了深入探索。经过一年实践，到了2026年春节档，“电影+”生态系统的运行更加成熟。“票根经济”在文旅、周边、美食等领域持续发力，以影票为核心的电影产业链条在消费网络中的串联更加高效，展现着亮眼的跨界带动能力。

在众多“电影+”业态中，“电影+旅游”实践最丰富、模式最成熟，成果转化也最直观有效。

今年春节，热门影片成了沉浸式、故事化的旅游宣传片。《飞驰人生3》的取景地四川甘孜推出了凭电影票根享住宿、餐饮、加油专项折扣的活动，并围绕电影

取景地规划了三条主题自驾路线，每条路线均设有电影同款打卡点，并设有“飞驰服务站”，提供路线咨询、装备租赁与车辆救援等服务。飞猪平台数据显示，自《飞驰人生3》上映以来，“甘孜旅游”的搜索热度环比节前大增，预订量也环比增长近1倍。

青海德令哈也接住了这波流量，适时推出持电影票根享景区门票、住宿、餐饮、加油等多重优惠。德令哈市文体旅游局副局长喇志勇表示，春节期间，德令哈景区给持《飞驰人生3》票根的观众5折优惠，“我们所有的文博场馆免费对外开放。从火车站到《飞驰人生3》的拍摄基地，还有越野车免费接送。”去哪

儿旅行平台数据显示，与去年春节假期同期相比，甘孜当地的酒店预订量增幅达40%，德令哈的相关预订量增幅达71%。

深圳依托全程在当地取景的《惊蛰无声》，推出四条“跟着电影去旅游”主题Citywalk线路。伴随着影片上映，众多取景地迎来了明显的客流增长。今年春节假期，深圳酒店预订量同比增长48%，首次冲进全国前三。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，“深圳之眼”岗厦北地铁站等影片地标日均客流增长50%以上，深业上城影院周边餐饮预订量翻倍。深圳还结合240小时过境免签政策，推出境

外游客“电影+文旅”套餐，带动重点监测景区接待游客人次同比增长21.5%，星级酒店营业收入同比增长10.6%。

《镖人：风起大漠》中对雅丹地貌、茫茫戈壁与起伏沙丘等大漠风光的展现，让其取景地新疆克拉玛依的“世界魔鬼城”景区迎来了络绎不绝的游客。来自去哪儿旅行平台的数据显示，2024年《镖人：风起大漠》开拍后，新疆克拉玛依景点的门票预订量就环比增长了约两成左右。临近该片上映时，平台上“沙漠观光”“沙漠公路”等旅游产品的搜索量也相较日常增长近六成。

春节期间，该景区推出凭该片票根免门票的惠民政策，并配套住宿半价、文

旅消费券等福利。景区相关负责人李景超介绍：“春节期间景区人气持续火爆，游客接待量相比去年大幅增长22.5%，影视打卡游客也显著增多。”

《熊出没·年年有熊》中约三分之一的内容在重庆展开，并植入了洪崖洞、李子坝、老城墙、磁器口、千厮门大桥等重庆元素。春节期间，重庆开展了熊出没主题公益灯光秀，推出了“跟着熊游重庆”主题线路，设置了主题民宿、山城自驾路线，并联动影院提供“观影+乐园”套票，将影院观影与城市观光、文旅消费串联成闭环。在影片和城市的联动下，春节假期方特乐园客流同比增加72%、收入同比增长60%。

(下转第3版)