

(上接第2版)

今年春节,电影《熊猫计划之部落奇遇记》将已有四百多年历史的云南翁丁古寨搬上银幕,让许多游客慕名而来。翁丁古寨也顺势推出新业态、新玩法,云南翁丁古寨景区负责人表示,景区在今年春节迎来了游客高峰,“每天入园量同比增长了15%左右。”

“电影+周边”是另一个拓展方向,文创周边更迎合年轻群体的消费习惯和消费意愿,能将观影后的感动转化为看得见、摸得到、带得走的情感寄托。春节期间,文创周边也给电影经济带来了更多增量。

《熊出没·年年有熊》总制片人尚琳琳介绍,自2012年“熊出没”系列推出以

来,团队建立了一整套完善的IP授权与衍生开发体系,“现在‘熊出没’的衍生授权品已有20大类,基本上覆盖了包括食品、饮料、服装、文具、玩具、家居用品在内几乎所有的授权品类,有5000多个单品。”今年春节期间,北起哈尔滨南至广州,都有电影衍生品从业者反馈,“熊出没”新春款供不应求。

头部院线也在“电影+周边”上进行了探索。春节期间,万达电影围绕小马宝莉、熊出没等IP推出了一系列衍生品和线下活动,不仅在全国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,还在全国数十家影城,

为用户定制福运座驾毛绒挂件的“提车”仪式。

据万达电影统计,春节期间线上线下参与万达影城活动的人次过千万,商品销售额超1亿元,总销量超530万件,衍生品销量近170万件,其中小马宝莉限量造型桶在初一当天即售罄;“熊出没”衍生品观影客群购买率达38%，“熊出没”毛绒公仔及挂件售出30万件。

“品美食”是“电影+”的深度互动领域。春节期间,电影票根继续拓展着影院与商圈、餐饮之间的消费联动。《飞驰人生3》和抖音新春吃喝玩乐节联动,并联手肯德基急送、东鹏特饮、西树泡芙、美素佳儿等美食品牌,为观众带来观

影福利。《惊蛰无声》和粒上皇、益禾堂、杨国福、凑凑火锅等品牌合作,进行了不少宣传促销活动。《熊出没·年年有熊》联合美团发起电影主题美食直播;百万美食补贴覆盖绍兴、杭州、南京等多个城市,上百家商户、超过500个套餐,美食优惠1折起购。凭《熊出没计划之部落奇遇记》票根,在四川区域海底捞可享到店8.8折优惠。

各地也积极探索“电影+美食”实践。在广东,广州珠影影城、青宫影城等联合海底捞、点都德等近百家餐饮品牌,凭票根可享赠菜、全单打折等福利。在江苏,无锡大世界影城,凭当日票根可在麦当劳免费领取甜筒,并可于整个第

一季度在海底捞享受7.9折优惠。在浙江,“跟着电影游浙江品美食”活动吸引了全省11个设区市参与联动,有563家景区、商圈、影院、餐饮门店及酒店加入。在山东,青岛“票根经济”商家联盟成员已增至700余家,覆盖食、住、行、游、购、娱全链条。

实践证明,随着“电影+”探索的不断深入,相关电影消费进一步突破影院空间的传统局限,逐步缓解着电影产业依赖票房分成的结构性压力。而电影的带动效应持续放大,为城市商业体注入了文化流量,也为因地制宜发展新质生产力、释放服务消费潜力提供了可复制的电影样本。



《飞驰人生3》和抖音新春吃喝玩乐节联动



万达影院小马宝莉衍生品受观众热捧

◎试点城市活动创新纷呈 全民共享光影消费盛宴

今年2月,国家电影局、商务部联合公布了全国首批“电影+”消费综合试点城市。北京市朝阳区、吉林省长春市、上海市虹口区、江苏省无锡市、浙江省宁波市、福建省福州市、山东省青岛市、河南省郑州市、湖北省宜昌市、湖南省长沙市、广东省深圳市、重庆市两江新区、四川省成都市、陕西省延安市,以及江苏省昆山市、浙江省湖州市南浔区等16个城市(地区)入选。此次试点为期三年,旨在培育观影消费增量,推进影院提质创新、打造“电影+”消费品牌,进一步激活电影产业与文旅、商贸、休闲等业态融合,为城市消费升级注入新动力。

春节期间,在“电影经济促进年”的统一基调下,这些试点城市结合自身资源禀赋与文化特色,在传统的“跟着电影去旅游”“品美食”之余,还积极参与“跟着电影逛市集”“赏非遗”,精心策

划了花样繁多、针对性强的春节电影主题促消费活动,不仅做大了当地电影消费市场,也将电影带来的经济红利扩散至更广泛的产业和人群,营造了全民参与、共享欢乐的节日消费氛围。

北京朝阳区文旅部门与电影《熊猫计划之部落奇遇记》联合,将熊猫胡胡主题灯会融入了北京“潮朝阳·庙会”。在THE BOX A区设立电影《熊猫计划之部落奇遇记》“找胡找福”主题快闪空间,打卡主题场地、集限定印章、领限量周边,带观众沉浸式走进熊猫胡胡的世界。活动启动当天,观众热情高涨,集章换礼的队伍排到店门外。庙会上还组织了“找胡找福”主题快闪活动,熊猫胡胡在快闪店担任一日店长,赠送福字、发放贴纸、红包等礼物,有不少观众通过参与“找胡找福”寻宝游戏,在潮玩店拿到了机械熊猫周边。

在湖南长沙,潇湘青春影城长沙悦

方店与商场内的“潭州市集”联动,打造“长沙悦方·潭州市集”,与超500家商户合作,观众持当日影票可在合作商户享受5至9折专属折扣,可凭市集内消费兑换电影票,还可在市集兑换糖葫芦。春节期间,实现了客流量和销售额的双重增长。

在上海虹口区,政府牵头串联起11家电影院和数十个文商旅联动空间。春节假期,观众凭电影票根可至部分影院的咖啡店享受商品组合优惠,凭活动影院春节档电影票,还可兑换专属“马年纪念票根”,并有机会抽取“虹口电影地标徽章礼盒”,收获专属电影文化纪念品。通过票根额外福利、打卡主题装置等形式,吸引近万名市民游客踊跃参与。

四川成都在大邑安仁古镇与锦江春熙广场同步启动四川新春电影生活季,设置电影IP互动、影像非遗展示、

电影科技体验等活动,通过“光影市集”“影像非遗”“电影科技”“巴蜀好物”等板块打造沉浸式消费场景。

在“光影市集”区域,电影IP主题互动吸引不少游客打卡,在“电影科技”体验区里,市民排队体验VR影片,熊猫冰箱贴、熊猫杯子等巴蜀好物也吸引游客驻足购买。活动还设置了“新春影迷”“观影锦囊”等互动环节,每日赠送观影券、惠民观影锦囊及电影文创礼品,并联动周边商圈、影院推出“影餐、影旅、影购”组合套餐,降低观影成本、延伸消费链条。

无锡国家电影数字产业园在春节假期推出《春醒·传艺长河》非遗光影市集,糖画的甜香、宋锦的华美、剪纸的精巧,一项项传统技艺在此“上映”。游客们围在匠人身边,面对面交流、近距离观赏。千年古镇梅里镇举办的“跟着电影逛庙会”活动,实现了电影《泰伯》与

历史悠久的泰伯庙会的深度绑定。

在江苏昆山,“银马来昆宾 酥心过大年”电影+市集联动活动将萌宠、美食、文创等特色摊位与电影融合,通过“观影票根抵市集消费”“市集消费满额送电影票”的双向赋能机制,让“观影促消费、消费送观影”形成闭环。这种接地气又有新意的联动模式,引得观众游客纷纷驻足,让观影热度转化为实实在在的消费活力。

遍布大江南北的活动共同绘就了2026年春节热气腾腾、活力四射的全民消费图景。这些活动虽形式各异,但内核一致:即以电影为聚合点,串起千店百业的烟火气,让电影的经济带动作用在当地扎根结果,并转化成拉动消费增长的新动力,惠及更广泛的产业与人群,为经济社会高质量发展贡献电影力量。



北京朝阳区联动《熊猫计划之部落奇遇记》让熊猫胡胡走进商圈



湖南长沙“跟着电影逛市集”活动成效显著