

(上接第5版)

◎ 市场结构优化激活全民观影热潮

优质内容供给持续释放,叠加行业主动调整市场运营策略,2026 暑期档观影需求迎来全面复苏,市场结构发生多重积极变革:票价回归合理区间,以价换量形成健康循环;三四线下沉市场持续扩容,区域均衡发展格局成形;家庭、社交结伴观影成为主流消费场景,观影从单一娱乐升级为全民生活方式;大盘连续性走强,单日票房稳定破亿,行业长期发展底盘持续夯实。

灯塔专业版数据显示,截至 7 月 21 日,2026 暑期档院线平均票价降至 35.78 元,较去年同期 39.05 元显著下调;对应市场上座率由去年同期 4.23% 提升至 5.07%,一降一升的数据变化,印证市场“以量换价”的发展逻辑

已落地见效。

票价回归亲民区间,直接降低观影消费门槛,学生群体、亲子家庭、县域居民的观影意愿显著提升。大众观影频次持续上涨,“二刷”“三刷”影片成为普遍现象,《八仙!》凭借独特东方美学,吸引大量观众多次走进影院挖掘细节,形成长线观影热度。

城乡市场协同发展、下沉市场稳步扩容,是暑期档极具代表性的正向趋势,电影消费不再集中于一二线核心城市,三四线及县域市场成为拉动大盘增长的全新增量引擎。陈晋表示,截至 7 月 21 日,今年暑期档三四线城市合计票房占比达到 36.1%,较去年同期 32.6% 提升 3.5 个百分点,下沉市场观影习惯经

过春节档、暑期档多档期培育,已形成稳定、可持续的消费基本盘。

从区域增速看,华南地区档期票房占比由去年 16.2% 升至 18.0%,西南地区由 10.1% 升至 11.8%,成为全国增速最快两大区域。城市维度上,深圳、成都、重庆、广州票房增速大幅领先全国均值,区域增长逻辑与影片内容精准匹配;华南地区受《功夫女足》市井喜剧风格带动,本地受众情感共鸣强烈,观影需求集中释放;西南地区观众偏爱国风动画,《八仙!》青绿山水、传统神话叙事精准契合区域审美,持续拉动川渝等地影院客流。

暑期档核心受众由以往单一学生群体,拓展为亲子家庭、亲友结伴、青年

社交多元群体,观影的社交属性、家庭属性显著增强,成为拉动大盘持续走高的核心动力。灯塔专业版数据显示,2026 年 7 月三人及以上结伴观影占比达 15.3%,创下近十年最高水平,对比 2016 年 9.6%、去年 12.4% 的数据,增长趋势清晰可见,“举家观影、结伴看片”成为暑期大众休闲新风尚。

社交属性强化重塑影院功能,电影院不再只是单一放映空间,成为城市社交、家庭休闲的公共文化载体。青年群体将观影作为朋友聚会、假期出行核心选择,学生群体结伴观影、线下交流影片内容形成潮流;家庭以观影作为亲子陪伴、祖孙互动的重要方式,有效盘活日间闲置影厅,填补以往工作日、白天

场次票房空白,让院线全天时段客流分布更加均衡,提升影院整体运营效率。观影场景的多元化升级,进一步拓宽电影消费边界,带动影院配套业态同步增收,形成文化消费良性循环。

在供给布局方面,实现错峰布局,7 月上旬《功夫女足》拉开暑期热度序幕,中旬《八仙!》“黑马”崛起承接客流,下旬《群星闪耀时》科幻新作补充类型空白,温情长线影片《给阿嬷的情书》全程稳定输出,月底进口影片《蜘蛛侠:崭新之日》等持续接力,8 月,《年会不能停 2!》《奥德赛》等多部不同题材、不同上映周期影片形成热度蓄力,保障市场持续保持高位运行。



◎ 跨界融合拓展文化经济“新空间”

2026 暑期档另一重大突破,在于电影产业跳出传统放映边界,推动影院多元经营、电影文旅深度融合、IP 长线开发、国产影片出海传播多维并进,打通“观影-线下体验-文旅出行-衍生消费”完整产业链,以电影 IP 赋能实体经济,释放文化产业乘数效应。据行业测算,依托电影市场热度拉动,2026 年中国电影全产业链综合产值已突破 3100 亿元,光影流量转化为实体经济增量,电影产业成为拉动内需、繁荣夏日消费的重要引擎。

在国家电影局推动影院多样化经营政策指引下,全国各大影城全面推进空间改造、业态扩容,彻底打破“只放电影”的传统运营模式,充分盘活日间闲置影

厅、大堂公共空间,打造集观影、休闲、社交、体验于一体的城市文化综合体。“这次两部门联合发文,亮点颇多,尤其是要促进影业的多元业态融合和强化品牌经营这两方面,切中了当下中国电影产业转型升级的需求。”饶曙光表示。

硬件空间层面,影城普遍增设国风文创展厅、影片主题打卡装置、轻食咖啡专区、XR 沉浸式互动体验空间,依托暑期热门影片打造专属主题场景,《八仙!》青绿山水主题展区、《功夫女足》运动主题打卡点吸引大量观众拍照打卡,延长观众在店停留时长,带动餐饮、文创衍生品销售增收。运营模式层面,影院针对暑期学生、亲子群体推出分层产品,亲子观影套票、学生特惠场、全家观影礼包

续上线,配套影片主题甜品、限定周边,丰富消费选择;闲置日间影厅开辟电影研学、剧本体验、胶片放映科普课堂,面向中小学生开展暑期美育活动,拓宽影院日间营收渠道。

商圈与影院双向联动形成消费闭环,各大商业综合体依托暑期观影热潮,同步配套特色餐饮、夜间演出、户外夜游、文创市集等业态,延长商场营业时间适配观影客流,推出“观影票根兑换餐饮折扣”联动活动,以影院流量激活商圈全业态消费,构建“观影+购物+餐饮+休闲”一体化夏日消费场景,充分释放电影对城市夜间经济、暑期消费的拉动作用。

“跟着电影去旅游”“跟着电影赏非

遗”成为 2026 暑期全民出行新风尚,电影 IP 打破院线空间限制,延伸至文旅、研学、非遗、乡村振兴等多个领域,实现文化流量向地方经济效益高效转化,形成可持续的影旅融合发展模式。

影片 IP 与地方特色文化深度绑定,打造专属文旅打卡目的地。温情影片《给阿嬷的情书》热映带火厦门“屿见闽南”景区,景区依托影片侨乡叙事,打造侨批文化沉浸式体验街区,复原片中闽南老屋、侨民书信场景,配套侨批研学、闽南手工艺体验,成为暑期亲子研学核心打卡地,景区客流、文创产品销量同步大幅上涨。红色影片《四渡》联动四川古蔺长征沿线,推出红色影视实景研学线路,将银幕革命故事转化为实地行走的

党史课堂,带动红色文旅持续升温。国风动画《八仙!》带火蓬莱等文旅线路,各地景区推出“八仙仙境”主题游览项目,联动传统非遗手工艺展示,实现动画 IP 与传统山水文化双向赋能。

沉浸式电影文旅基地实现业态创新,湖南韶山打造“映山红·电影里”特色体验基地,以 1:1 实景还原经典红色电影场景,推出行进式沉浸剧本游《映山红》,游客不再是银幕前的旁观者,而是剧情参与者,在行走互动中感悟红色历史;基地整合实景演艺、数字互动、电影科普课堂多元业态,串联红色观影、实景体验、思政研学完整链条,打造红色文化消费新场景,实现红色电影 IP 长效开发。



◎ 国产影片出海拓宽产业增长边界

今年暑期档多部优质国产影片同步布局全球发行,海外市场成为电影产业全新增长曲线,国产电影实现商业输出与文化传播双向统一,向世界讲述生动鲜活的中国故事。国风动画《八仙!》率先开启全球发行布局,分多批次登陆大洋洲、北美、欧洲多院线,适配海外受众审美重构英文片名,以通俗表达传递凡人互助、心怀美好的东方价值,打破海外市场对中国动画的刻板印象;温情现实影片《给阿嬷的情书》全球票房突破 21 亿元,海外院线持续长线放映,

细腻的亲情叙事跨越文化壁垒,收获多国观众情感认同。一位新加坡男观众胡先生向记者分享了自己看《给阿嬷的情书》的意外破防的体验:“原本只是抱着休闲放松的心态走进影院,谁能料到剧情后劲这么足。我自认向来不容易被影视剧打动,这次却全程多次红了眼眶,真切被故事里细腻的温情打动。”

国产影片出海在题材选择上,兼顾了本土特色与全球共通情感,将奋斗、亲情、团结、自然共生等普世价值作为叙事内核,降低跨文化传播门槛。值得

一提的是,国产影片海外票房持续增长,不仅拓宽电影产业营收渠道,更成为中华文化对外传播的重要载体,推动传统神话、乡土人文、红色精神走向全球,提升中国影视文化国际影响力。

纵观今年暑期档国产影片出海策略,创作端精准把握传播逻辑,在扎根中华本土文化底色的基础上,深度挖掘亲情相守、拼搏奋斗、守望团结、人与自然和谐共生等全人类共通的情感价值,以普世性的情感内核搭建跨文化沟通桥梁,大幅降低文化解读门槛,避免文

化符号堆砌造成的理解壁垒。从神话改编动画到乡土现实故事,国产影片不再刻意输出概念化的文化标签,转而以普通人的日常悲欢、成长抉择、亲情羁绊作为叙事切口,让海外观众自然而然读懂中国式情感、中国式生活。

海外票房规模的稳步攀升,直观丰富了电影产业的多元化营收结构,完善产业链盈利模式。更进一步来看,国产电影已经成长为中华文化走出去的重要媒介载体——《八仙!》承载传统神话美学,让海外受众领略中式山水意境与

民间传说魅力;《给阿嬷的情书》依托侨乡乡土叙事,展现中国人刻在血脉里的乡愁与亲情;红色题材影片则以热血叙事传递革命理想与民族风骨。

一批又一批国产佳作持续出海,不断扩大中国电影内容的全球覆盖面与话语权,稳步提升中华文化国际感召力,为中国电影产业长期可持续发展开辟广阔海外空间,积极构建国内国际两个市场双轮驱动的全球化产业新格局。