

总票房突破57亿元

喜剧电影仍是春节档“刚需”

记者 刘宗智 济南报道

据国家电影局数据,截至2月24日9:00,2026年春节档票房为57.52亿元,观影人次为1.20亿。其中,《飞驰人生3》以29.27亿元的成绩登顶,独占档期票房半壁江山,《惊蛰无声》《镖人:风起大漠》等影片紧随其后,共同组成这个春节档影市的主力阵容。

未来梦境”题材影片,定档较迟,上映后票房持续低迷,档期内仅收获8057.96万元。

《飞驰人生3》领跑

这个春节档,电影《飞驰人生3》全程领跑,每日稳居票房榜首,不仅贡献了春节档超一半票房,也成为唯一一部档期票房突破20亿元的影片。

作为系列第三部,该片由韩寒执导,延续了系列一贯的热血喜剧风格,讲述前赛车冠军张驰再度出山,带领草台班子征战拉力赛的燃情故事。沈腾携一众演员稳定贡献喜剧笑点的同时,大量实景拍摄的赛车戏份也给观众带来了燃爽过瘾的观影体验。

这一部中,张驰面临的困境远不止赛道上的竞争对手。赛场之外,他在前期就被迫卷入百强的阴谋之中,对方为让特定选手晋级,暗中操控限制赛车动力,导致他与多名车手意外落败,张驰也被无辜牵连,陷入两难境地。总制片人李雯雯坦言:“我们希望观众能跟着张驰一起体会他人生的起起伏伏,产生情绪的共鸣。我们不想把它仅仅当作一部赛车电影,而是希望它是一部好电影,让观众能感知到人物的内心世界。”

《飞驰人生3》首映当日,单日票房达到6.41亿元,不仅成为票房日冠,更大幅提升了同系列此



前单日最佳表现。《飞驰人生3》的成功,既验证了在超大档期的激烈博弈中,成熟IP所具备的稳健观影基础与强势抗风险能力,也印证了喜剧仍是春节档的核心刚需。目前,AI预测该片最终票房有望冲击42亿元。影片在三亚路演时,韩寒导演透露“飞驰人生”这一大热IP还将继续。

市场冷热不均

尽管在影片供给数量与类型丰富度上与往年基本持平,但2026年的春节档大盘并未跑出理想的成绩。根据猫眼研究院发



布的《2026春节档数据洞察》,春节档总票房57.52亿元,同比下滑39.5%;总观影人次1.20亿,同比缩水35.8%。大年初一上座率不足四成,场均人次创近6年新低。

究其原因,主要在于档期缺乏具有广泛口碑传播效应的爆款影片。往年春节档会出现一两部带动全家观影热潮的现象级作品,比如2025年的《哪吒之魔童闹海》、2024年的《热辣滚烫》、2023年的《满江红》、2022年的《长津湖之水门桥》、2021年的《你好,李焕英》。它们不仅在票房上取得优异成绩,更在口碑上



获得广泛认可,成为当年电影市场的标志性作品。今年春节档却未能诞生这样一部能够“破圈”的现象级作品。《惊蛰无声》《镖人:风起大漠》等种子选手均未及预期,导致正月初二票房环比跌幅超三成,大盘热度未能有效延续。这种局面不仅让观众的选择相对单一,也使得电影市场的整体活力受到一定影响。

今天春节档普遍存在的“晚定档”现象,大幅压缩了观众对档期影片的认知与消费决策周期,对非IP影片尤为不利。《星河入梦》便是典型例证。这部由王鹤棣、宋茜主演,韩延执导的“近

流量牌不好使了

今年春节档另一值得关注的现象,是“流量+”模式的效力明显衰减。《惊蛰无声》由张艺谋执导,影片依赖流量,忽视剧情打磨,剧情被指“没有新意”“没有亮点”,本可以大作文章的“现代谍战”被简化为接连不停的“反转”。以严迪一角为例,从最初的正派副队长,到中期的亦正亦邪“双面间谍”,再到最后洗清嫌疑,和盘托出“钉子”的身份,人物转变大多通过角色之口平铺直叙,缺乏细致刻画。

《镖人:风起大漠》的主创中有多位当红流量明星,但影片并未依靠流量演员迅速占得先机,影片的宣传声音中并未突出流量演员,而是突出“最后的武侠”这个有情怀的点。这个春节档,《镖人:风起大漠》属于“慢热”的影片,上映后凭借硬核武打戏份、角色情节设定以及武侠情怀加持,影片口碑缓慢发酵,从大年初三开始连续四天实现单日票房逆袭,排片占比与单日排名同步攀升,观众自发的“自来水”推荐铺满全网,有人直言“本是陪朋友凑数,却被狠狠圈粉”,有人感慨“这才是我们期待已久的武侠片”。

电影院种下的21个春天



名编名记看新春

记者 刘宗智 济南报道

忙起来顾不得吃饭

大年初三,下午3点,正是影院最喧闹的时刻。“啪——”炉膛里一声闷响,金黄的爆米花在热气中绽放。几乎同时,四面八方的声音涌向罗欢欢:“能换场次吗?”“套餐有什么?”“票在哪儿取?”

面对催征的鼓点,她顺势按下自己的加速键。应答、指引、递货、售票,行云流水间不忘递给同事一个默契的眼神。

突然,一个小伙子慌慌张张跑过来,手在身上胡乱摸索,“我手机丢了!”罗欢欢正帮人下单,闻言立刻停下,声音沉稳下来:“别急,想想都去过哪儿?最后一次用是什么时候?”一边问,一边已经举起对讲机。“这样,我先安排同事陪你去找。”

不到10分钟,手机找到了。小伙子连声道谢,她摆摆手,已经转向下一个人,“往前走左转。对,那几个机器都能取。”

“有我在,您放心!”这句话,济南新世纪电影城的罗欢欢说了21年。

从青涩的放映员到独当一面的影城主管,她把最青春的岁月,都留在了这片光影交错的空间里。有人在这里遇见故事,有人在这里重逢记忆,而她,一年年在影院种下春天的种子。

这样的场景,几乎每天都在上演。罗欢欢的工位旁,常年放着一个大纸箱。雨伞,手提包,只剩半管的护手霜,旁边标记着“贵重物品”字样的小盒子里,几张身份证静静躺着,等待主人。“不管东西多小,捡到了就得给人留着。拾金不昧是基本要求。去年8月还捡到过装了大量现金的钱包,甚至有包里放着五部手机的。我们都会第一时间联系归还,实在找不到,也会按流程报警。”说着,她掏出一个软皮笔记本,上面每页详细记录着失物信息,中间用细绳挂着一只白色蓝牙耳机,“这是最容易丢的,挂着好找。”

“同事开玩笑说,‘罗能能上阵一个顶俩’。啥都能干呗!服务顾客、处理突发状况、修机器,跟个大管家似的。”她仰头将一瓶牛奶一饮而尽,气势豪迈,“有专门的用餐时间,但忙起来就顾不得了,一瓶奶撑一天,杠杠的。”

那份热爱持续到现在

“春节档是我们一年中票房

最高、最关键的时间段。排片是最具挑战性的部分,只有排片丰富才能吸引更多观众,提升票房。黄金场次一般是下午1点到晚上8点,家庭观众需求较大。预售前一周我会先排好影片占比,经理审核后尽快放票。”

她说这些话时,声音里有种沉静的笃定。那是被时光淬炼出的从容。“我也会根据现场需求随时调整排片。像大年初一的《飞驰人生3》票比较难抢,但由于我们场次较多,压力不是特别大。”

除夕那天,她下班时已是傍晚。她想起那些住得远的同事,大年初一,要赶在8点前到岗,得凌晨5点多就起床。这一年三百六十五天,影院的门日日开着,她们的神经也日日绷着。过年这几天,绷得尤其紧。

但她没说累。只是指了指远处的两个同事,“我们三个,在一起十九年了。从十八岁到现在,每天待在一起的时间比家人都长。不用说话,一个眼神就知道对方想干什么。”



二十一年前,罗欢欢刚来到这家影院时,性格内向,不爱说话,主动申请去当放映员。那时还是胶片时代,一个拷贝几十斤重,要分成好几卷,轮流跑着换片。十个人管十一个厅,精神得像拧紧的发条,生怕放错片子。可那时的她,偏偏痴迷这种“神奇”。“小学一二年级,在老家看露天电影,搬个小凳子抢位置,觉得电影特别神奇。”她回忆着,眼神飘向远方,“虽然不懂技术原理,但那份热爱,一直持续到现在。”

捕捉观众的需求变化

如今,胶片换成了数字,画面清晰得像一汪水。当年的青涩姑娘,成长为能独当一面的影城主管。“刚入行时,只需要完成经理安排的任务。现在……”她顿了顿,“得提前想好所有事——排班、备货、排片调整,现场突发……都得心里有数。”

春节档的每部影片都可能成为爆款,也可能随时被观众遗

忘。她必须时刻保持敏锐,捕捉每一个影响票房的细微变化。“想看《疯狂动物城2》。”有观众提议,她便留神记下了。

大年初二一早,她试着排了一场9点10分的《疯狂动物城2》,20%的上座率,像一簇小火苗,点燃了另一种可能。于是,中午两点,下午两点,晚上七点,她紧锣密鼓加了三场,上座率噌地蹿到百分之七八十。

“观众想看的,不一定是新片。”说到这里,她眼睛亮了一下,“老片同样有需求,关键是要灵活调整排片策略。这类影片覆盖面广,家长和孩子都喜欢,很多人会二刷甚至三刷。它满足了家庭娱乐和社交需求,特别契合节日氛围。就像过年回家,走同样的路,见同样的人,吃同样的菜,人们走进电影院,也是一种不可缺少的仪式。”

电影院楼下,几株瘦瘦的柳树,枝丫上还不见绿意,静悄悄地立着,仍是一副等春的模样。可罗欢欢的春天,早已先于节气,流转在她生命里了。