

2026年春节档预售票房已破亿元

过年的电影票你买好了吗?

史上最长春节档来了!伴随着春节9天长假,《飞驰人生3》《镖人:风起大漠》《惊蛰无声》《星河入梦》《熊出没·年年有熊》《熊猫计划之部落奇遇记》等影片将一起登上大银幕,预售也于本周一开启。

截至目前,预售票房已破亿元,《飞驰人生3》《惊蛰无声》《镖人:风起大漠》三部热度领先,合计占据了近八成的市场份额。

实习生 李昀格 扬子晚报/紫牛新闻记者 孔小平



当代“谍战片”,反映的是当下国家情报安全问题,除了激烈追车和打斗场面外,观众还将看到数字时代背景下的高科技情报争夺战。

张艺谋此前还表示,这次力求拍出快节奏、强张力的叙事感,让观众在紧凑的剧情中,感受当代都市无声战场的惊心动魄。此外,影片主演阵容自带流量,易烱千玺搭配朱一龙,宋佳、杨幂和刘诗诗等也都话题十足,演技在线。

预售成绩排第三的是武侠大片《镖人:风起大漠》,讲述大漠镖客受人委托护送神秘人回长安,途中遭遇围剿,宿命羁绊逐渐揭开。当下,武侠电影太需要一部卖座作品来重振旗鼓了。

该片阵容同样强大,无论是80岁高龄的袁和平依旧怀揣着对武侠的初心与热爱,还是吴京、于适、陈丽君、刘耀文、李云霄等四代功夫人以“全员真打”的硬核态度,诠释着中国功夫电影的传承与新生,抑或是李连杰睽违14年后再度回归武侠,《镖人:风起大漠》都值得武侠迷的一张电影票,或许能带给我们惊喜呢。

《星河入梦》讲述近未来虚拟梦境系统“良梦”问世,“良梦”管理员与舰长穿梦闯关,展开一场脑洞大开的梦境冒险的故事。

此前活动中,该片导演韩延介绍,不想把电影拍得太严肃,也不想去教育大家,这是一部“不太传统的科幻故事”,是一部够爽、够流畅、够开心的电影,“对我来说,让大家开心是最重要的”。

此外,亲子观众群体这次有两大选择。

《熊出没·年年有熊》是《熊出没》系列第12部大电影,也是该系列“科幻五部曲”之后的风格重启之作,主打“首部中式奇幻作品”。该片通过熊二裂地成石的土系能力、光头强驾驭雷电的疾速能力,熊大以柔克刚的太极能力等玄幻神力设定,构建出东方玄幻世界观。不得不说,《熊出没》系列大电影是拍得越来越好了,它值得被家长和孩子们期待。

由成龙、马丽等主演的《熊猫计划之部落奇遇记》,则讲述熊猫“胡胡”和国际巨星意外置身神奇部落,这个有趣的组合帮助部落解决种种难题的故事。影片延续前作奇幻动作风格并

加入神秘部落冒险情节,马丽和乔杉的加盟,让影片的“含笑量”直线上升。

时长很友好,最长126分钟

今年春节档电影时长整体“压缩”了,最长的是《镖人:风起大漠》和《飞驰人生3》,均为126分钟。此外,《惊蛰无声》片长104分钟,《熊出没·年年有熊》片长118分钟。

记者看到,已经有影迷在社交平台规划“极限观影”,安排得当的话,一天有可能看掉四五部。

另外,需要提醒的是,预售期间不少影片会不定期推出票补,今年仍出现了19.9元的低票价。甚至有不少网友再叠加平台优惠券等,买到了非常实惠的电影票。

【前瞻】IP驱动,质量决胜

十多年来,春节档票房节节攀升,从2014年的14.51亿元到2025年的95.14亿元,增长超5.5倍;2020年以后,春节档票房数据稳定在超60亿

元的高位;2025年春节档在《哪吒之魔童闹海》的带动下,创下95.14亿元的档期票房新高,再次验证了中国电影市场的爆发潜力。

灯塔专业版分析师陈晋告诉记者,春节档历来是市场瞬时爆发力与观众消费热情最极致的体现,中国影史单日票房TOP5中,有4次出现在大年初一。而2026年的春节假期长达9天,这个“史上最长春节档”为电影票房冲高提供了更充裕的时间窗口。从2026春节档预售数据来看,《飞驰人生3》领跑,观众基本盘稳固;《惊蛰无声》在年轻观众与女性观众中占比突出,社交话题潜力强;《镖人:风起大漠》的年长观众占比较高,与春节档观众特征高度匹配;《熊出没·年年有熊》《熊猫计划之部落奇遇记》聚焦亲子家庭观众;《星河入梦》类型受年轻观众喜爱,主打档期差异化,也都有可能成为口碑黑马。

由此可见,IP不仅是春节档也是全年市场的重要引擎,《飞驰人生》系列凭借前作口碑积累了观众信任,《熊出没》则依托稳定的家庭刚需市场,两者的国民度都非常高,不过陈晋也表示,IP只是档期“入场券”,最终票房仍取决于影片质量。

六部新片,谁是你的菜

今年春节档除了多部新片,《阿凡达3》《得闲谨制》等口碑佳作都还在上映期,涵盖喜剧、动作、动画、科幻等类型,各有亮点,也各有观众缘。

记者看到,目前在预售票房排行榜上暂居第一的是《飞驰人生3》,该系列前作都取得了不错的票房成绩。导演韩寒是国内最顶尖赛车手之一和最善于写笑话的作家之一,而男主角沈腾具有强大票房号召力,影片既有激烈的赛车比赛又有笑中带泪的生活幽默,如果能将沈腾饰演的张驰和AI赛车手之间的较量拍出新意来,那票房应该挺可观的。

预售票房第二名为《惊蛰无声》,这是张艺谋导演第四次杀入春节档,也是他首次聚焦当代国家安全题材。该片由国家安全部指导创作,讲述国安小组针对重要情报外泄事件展开行动,随着调查深入,一场无声的较量悄然上演的故事。

谍战片一直有很广泛的观众基础,《惊蛰无声》最大特点是

新年朋友圈能“预制”,年味会变味吗?

文化杂谈

最近,“新年预制朋友圈”等话题在社交平台引发热议。什么意思呢?就是过年期间发的那些朋友圈,不少人已经提前拍好并修好图,甚至文案都想好了,这俨然成了数字时代的特别“年货”。

点开相关话题,攻略和教程琳琅满目。“2026新年预制照这样拍”,“提前收藏!除夕夜的朋友圈已经预制好了”,“谁还没有这个马年春节朋友圈模板?换上直接有年味,操作超简单,手残党也能出片,这样发朋友圈,闺蜜们都来问教程”。线下场景同样热闹,不少年轻人举着糖葫芦、揣着红包道具,在满街红灯笼下摆拍,直言攒够

了“年味素材”。

这难免引来疑问:过年,过的不就是那份“当下”吗?对很多人来说,传统年味的核心是“即时”的团圆和快乐,是当时的爆竹声、碰杯声、笑声。甚至有人说,从前过年,一大家子人围炉守岁,仪式感是内在的、私密的。在他们看来,新年贵在随心所欲记录,刻意“预制”并展示,让一切显得过于完美而失真,甚至会带来社交焦虑。

然而,指责“预制”是本末倒置,或许过于简单。“预制”的背后,是当下年轻人过节的某种真实处境。春节假期看似很长,实则被探亲、聚会、休息切割成碎片。数字时代的我们又追求“完

美”,光线、构图、文案,都得严丝合缝,要符合我们对“新年该有的样子”的想象。于是很多人就索性当起了自己春节的“制片人兼主演”,提前找景、彩排、杀青。这么看来,“预制”是一种务实的时间管理,而且花费数小时精心雕琢朋友圈九宫格,未必是敷衍,反倒是更具策划感的郑重准备。

由此,“年味”似乎在无形中分化了。对长辈而言,年味是写春联,一家人包饺子吃团圆饭,看春晚的实体参与;对年轻人来说,年味的一部分,已经迁移到了由点赞、评论和分享构成的数字广场上了。当然,年轻一代一边熟练地使用着各种工具去“美

化”生活,一边又很清楚有些东西是无法被“预制”的,比如老爸突然的感慨,老妈偷偷塞进行李箱的特产。

所以,当我们问“预制”让年味变浓了还是变淡了,这个问题本身或许就需要重新审视。其实,节日的形式一直在流动演变:从守岁到看春晚,再到电话拜年,微信抢红包,载体在变,但人对团聚、祝福、辞旧迎新的渴望是不变的。年轻人“预制”新年朋友圈,更像是一种重构——从被动接受传统节日安排,到主动创造属于自己的节日意义,在传统的框架内,寻找更契合现代生活节奏和情感结构的参与方式。

因此,或许不必急于给“预

制新年朋友圈”贴上“虚伪”或“内卷”的标签,不如将它视作一面映照时代的镜子。它照见我们对效率的追求、对体面的在意、对社交联结的新理解。

春节的内核,终究是关于“在一起”的。从前,“在一起”的痕迹沉淀是记忆,是家风,是口耳相传的故事;如今,多了一份可分享的数字化副本。这份副本是否精修并不重要,要紧的仍然是那顿值得跨越山海去奔赴的团圆饭,是能与父母唠的家常,是那句朴素的“新年快乐”。仪式感或许可以提前筹备,但团聚所带来的温暖,永远需要亲临现场才能真切感受。

扬子晚报/紫牛新闻记者 孔小平