

马年春节档 影视好戏纷至沓来 (上)



2026年马年春节档即将开启，史上最长的九天假期，你打算如何安排？今年春节，影视市场为观众备好了一席盛宴——电影不再“一家独大”，我们正迎来一个“电影争锋、剧集突围、短剧绽放”的多元观赏季。

大银幕上，八部题材各异的影片同台竞技：从紧张跌宕的国安谍战，到粗犷酣畅的硬派武侠，从想象绚烂的东方科幻，到温情洋溢的合家欢动画，总有一部能触动你的心弦。

若是选择居家放松，同样有多部品质剧集静候赏析。无论是古装悬疑的诡谲风云、当代罪案的层层拆解，还是现实题材的暖心治愈、反内卷喜剧的痛快解压，都能让你深深投入其中。

而那些碎片化的闲暇时刻，则被二十余部春节特供短剧轻盈填满。它们节奏轻快、互动巧妙，无论你想轻松一笑，还是体验一段简短却完整的情感旅程，皆可随手拾得。

电影档：多强争霸 类型破局

目前共有八部影片定于今年春节档上映。根据灯塔专业版等平台的前瞻性“想看”数据热度分析，一个层次分明的竞争梯队已然浮现：张艺谋新作《惊蛰无声》、韩寒续作《飞驰人生3》，以及袁和平执导的武侠大片《镖人：风起大漠》构成了实力强劲、关注度最高的头部主力阵营。紧随其后的，则是国民动画IP《熊出没·年年有熊》、主打年轻科幻市场的《星河入梦》，以及喜剧《熊猫计划之部落奇遇记》，这六部将于大年初一上映的影片各自牢牢把守着亲子、科幻与合家欢等细分赛道的基本盘。此外，还有两部特色鲜明的影片——重映纪录片《重返·狼群》与2月20日大年初四开始在广东、广西地区限定上映的喜剧《夜王》。这一阵容分布预示着，2026年春节档的票房格局，很可能将从2025年那种由一部现象级影片主导的“一超多强”模式，回归到更为经典、竞争也更为胶着的“多强争霸、群雄逐鹿”局面。

今年春节档的影片呈现出清晰的市场分层与类型探索，数据显示，《惊蛰无声》《飞驰人生3》《镖人：风起大漠》三部影片在预售热度上已构成明显的第一梯队。它们的共同点是拥有顶级的主创阵容、较高的市场认知度和庞大的粉丝基础。但细分其受众画像，却能发现显著的差异，这种差异化的定位恰好避免了最激烈的同质化内耗，使得“三强”各自拥有了相对稳固的“票仓”。三部主力影片分别代表了不同的创作路径与受众策略。

《惊蛰无声》：主旋律的年轻化破局

张艺谋执导的这部当代国安题材影片，以战机情报泄露、AI窃密为背景，在国安部门专业指导下，构建了硬核的谍战叙事。其最显著的突破在于预售数据展现的受众结构：女性观众占比高达81.9%，24岁及以下观众占40%，这表明，影片通过商业化的类型包装（谍战、悬疑）和具有号召力的演员阵容，成功吸引了大量年轻女性观众的关注。这部分观众不仅是积极的观影者，更是社交平台上的核心传播者，她们的“决策力”可能为影片带来可观的票房增量。

《飞驰人生3》：系列化的稳健升级

作为成熟IP的续作，本片在延续系列核心的赛车热血、韩式幽默与男性情谊之余，实现了叙事格局的扩容。故事从个人英雄主义转向团队成长——沈腾饰演的张弛转型教练，带领年轻车队征战国际拉力赛。影片在视觉呈现上全面升级，并着重注入代际传承与团队协作的温情内核，核心受众精准锚定在25-29岁的都市青年群体，体现了系列IP在稳固基本盘基础上的渐进式创新。

《镖人：风起大漠》：武侠类型的代际集结

影片以“四代同堂”的阵容彰显其深耕硬核武侠与男性市场的决心。袁和平、李连杰、梁家辉、惠英红等影坛前辈奠定了经典质感；吴京、谢霆锋、张晋等中生代扛起动作核心；众多新生代演员则注入新鲜活力。这种有意识的代际衔接，不仅是对武侠精神的传承，更是一种明确的市场定位：影片受众男性占比近六成，40岁以上观众比例显著高于同档期其他影片。

筑牢基本盘 实现差异化价值

在头部三强的光芒之下，其他影片并非陪衬，而是以鲜明的类型特色，在各自的细分赛道上筑牢基本盘，共同构建起一个“全品类覆盖、无明显短板”的健康供给生态。其中，亲子家庭与年轻网生代群体的需求得到了重点关照。

春节是家庭集体活动的核心时段，亲子观影需求稳定而庞大。今年，这一赛道形成了《熊出没·年年有熊》与《熊猫计划之部落奇遇记》的“双雄”格局。《熊出没》系列作为国民动画IP，已连续十余年稳守春节档，新作《年年有熊》首次深度结合“年兽”传说和非遗舞狮等春节元素，构建中式奇幻场景。而《熊猫计划之部落奇遇记》则以“虚拟熊猫+真人喜剧”为卖点，集结了成龙、马丽、乔杉等，融合了成龙标志性的功夫喜剧与东北喜剧的接地气笑点。

《星河入梦》是今年春节档唯一一部纯正的科幻题材电影，由擅长情感叙事的韩延执导，王鹤棣、宋茜主演。影片设定在近未来，围绕一个名为“良梦”的虚拟现实系统展开，主打“多重梦境快穿”的脑洞设定和融合三维与水墨风格的视觉奇观。其受众画像极度年轻化，24岁以下观众占比显著，女性观众占比近八成，清晰指向了追求新鲜设定、视觉冲击和偶像魅力的网生代观众群体。

据《北京青年报》

