

2026 中国电影市场深度洞察

结构性复苏与高质量发展新篇章

北京研精毕智信息咨询有限公司

目录

Part 01.

百亿票房领跑全球

Part 02.

消费结构场景融合

Part 03.

内容结构国潮主导

Part 04.

区域结构下沉市场

Part 05.

技术革新 AI 赋能

Part 06.

跨界融合价值重构

Part 07.

出海突破价值共享

百亿票房领跑全球

2026 年中国电影市场开年即迎来“开门红”，总票房突破 100 亿元，持续领跑全球单一市场。这一成绩的背后，是政策、内容与消费需求的三重驱动，标志着中国电影市场已从“票房依赖”转向“生态赋能”的高质量发展阶段。

市场规模创新高

01

票房突破百亿

截至3月1日，2026年中国电影总票房（含预售）突破100亿元大关，以超北美市场25亿元的优势，持续领跑全球单一市场票房榜。

02

春节档创纪录

春节档以57.52亿元票房收官，放映场次超435万场，刷新中国影史春节档场次纪录，1.2亿观影人次印证电影已成为国民节日消费的“刚需”。

03

三重驱动因素

“2026电影经济促进年”政策红利、优质内容供给升级与居民文化消费需求释放，共同构成了市场强劲复苏的核心驱动力。

政策、内容、消费三重驱动



结构优化显活力

量价齐升，全产业链价值凸显



01

票价惠民促消费

市场平均票价同比降低 6% 至 47.8 元，创 6 年来新低。惠民消费券精准投放，有效降低观影门槛，直接带动票房增长。

02

全产业链产值

票房与衍生消费的联动效应增强，全产业链产值突破 1500 亿元，电影市场已从单一票房增长转向生态化、系统化的价值创造模式。

03

消费券撬动效应

春节期间各地发放的电影惠民消费券核销金额超 1.8 亿元，有效撬动了超过 17 亿元的票房增量，财政资金的杠杆效应显著。



消费结构场景融合

电影消费已从单一的观影行为，演变为“观影 + 多元场景”的闭环模式。票根经济全面崛起，成为撬动餐饮、文旅、零售等全链条消费的核心枢纽，电影院的社交属性日益凸显。

观影社交化趋势



电影院成为情感交流空间

● 双人多人观影

双人及多人结伴购票占比超 70%，电影院已成为家人团聚、朋友相聚、情感交流的重要社交空间。

● 票根经济崛起

凭借电影票根，观众可享受餐饮折扣、景区门票减免、住宿优惠等多重福利，“一张票根撬动全链条消费”的模式全面铺开。

● 商圈联动效应

“观影 + 聚餐 + 购物”成为标配，电影有效带动了影院周边商圈的人气与消费，为线下实体经济注入强劲活力。

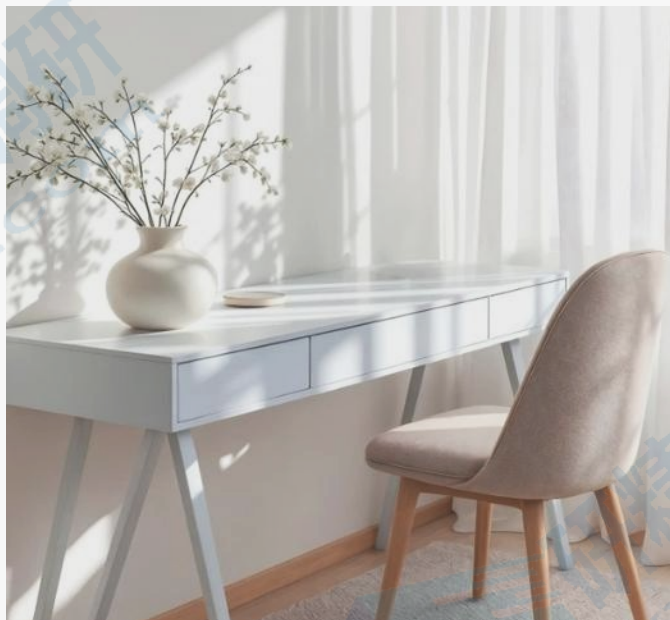
消费场景多元化

一张票根撬动全链条消费



耀莱影城案例

北京耀莱成龙影城五棵松店凭借“电影 + 市集 + 科技互动”模式，以 382.9 万元票房蝉联春节档影城冠军，单店接待人数超 6 万人次。



跨业态优惠联盟

各地组建“电影票根消费联盟”，联动文创、食宿、文旅等资源，将电影流量成功转化为多领域的消费增量。



激发消费潜能

票根经济不仅提升了观众的消费体验，更通过跨界优惠有效激发了居民的消费潜能，推动了消费市场的繁荣。



内容结构国潮主导

2026 年电影内容供给呈现“国潮主导 + 类型多元”的格局。国产影片凭借深厚的文化内核与工业化制作水准，实现了票房与口碑的双丰收，有效覆盖了全年龄层、不同地域观众的消费偏好。

国产影片强势领跑

国潮 IP 成为市场中坚力量

01

国潮 IP 主导市场

• 《飞驰人生3》《惊蛰无声》《镖人：风起大漠》等国产影片，凭借民族精神内核与工业化制作水准，成为市场绝对主力。

02

主旋律创新表达

• 主旋律题材转向“小人物叙事 + 强情感共鸣”，在满足主流价值观传播的同时，精准契合了观众的审美需求。

03

类型片百花齐放

• 从赛车竞技到悬疑探案，从大漠武侠到科幻奇观，多样化的类型片共同繁荣了市场，满足了观众差异化的观影需求。

细分赛道持续深耕

动画电影与亲子文旅联动

01

动画电影领跑

动画电影持续领跑细分赛道，《熊出没·年年有熊》通过“亲子向+城市文旅”深度联动，成为春节档一大亮点。

02

亲子文旅新热潮

影片带动方特乐园客流同比增长 72%，开创了“观影-乐园-文旅”一站式消费新场景，实现了 IP 价值的最大化开发。

03

工业化水平提升

无论是实景拍摄还是特效渲染，中国电影工业化的强大实力，为观众带来了更具沉浸感的视听体验，增强了市场吸引力。



区域结构下沉市场

县域市场正成为票房增长的新引擎。三四线城市票房贡献率首次过半，现代化影院在县域的规模化布局，以及“返乡潮 + 就近观影”的消费逻辑，共同筑牢了市场下沉的根基。

县域市场爆发增长

四线城市票房占比超半数

市场重心下沉

2026年春节档三四线城市票房占比高达54%，创历年新高，县域影院成为市场增长的核心动力。

县域影院普及

河南封丘县、江苏建湖县等县域市场已实现现代化影院的规模化布局，黄金场次上座率持续保持100%。

县域消费活力

建湖县某影城日均接待人次超2000，营业时间延长至深夜，“返乡潮+就近观影”成为县域市场爆发的关键逻辑。

基础设施日益完善

银幕数量稳居世界第一

影院银幕规模

截至 2026 年 1 月底，全国营业影院达 15610 家，银幕数量突破 9.3 万块，稳居世界第一，为市场下沉提供了坚实的硬件基础。

01

02

市场韧性增强


庞大的影院和银幕规模，不仅支撑了票房本身，更增强了中国电影市场抵御风险、持续复苏的韧性与底气。





技术革新 AI 赋能

2026 年是“AI 影视应用爆发年”。AI 技术已从概念落地为电影产业的核心生产力，从内容创作到消费端，全面重构产业逻辑，推动创作平权时代的来临。



AI 重构创作流程

创作门槛大幅降低

01

AI 视频生成模型

字节跳动发布的 Seedance 2.0 AI 视频生成模型，让普通人 3 分钟即可制作电影级视频，效率提升超 100 倍。

02

降低制作成本

过去需要专业团队、数万元成本的 15 秒广告片，如今仅需 30-50 元就能完成，极大地降低了内容制作的门槛。

03

应用范围广泛

AI 技术已深度应用于剧本评估、特效生成、智能剪辑等环节，显著提升了制作效率与创意空间。

产业应用全面落地

从生产到消费的全链条赋能

行业应用爆发

AI 技术在影视行业的应用率正快速提升，预计到 2030 年，其应用率将从当前的 35% 提升至 65%。

赋能内容消费

AI 漫剧、个性化内容定制等新业态不断涌现，进一步丰富了电影市场的供给形态，满足了用户多元化的娱乐需求。


重塑产业逻辑

AI 技术的普及应用，正推动产业进入“创意为王、技术赋能”的新阶段，重塑了电影产业的生产关系与商业模式。



跨界融合价值重构

“电影 + 文旅”成为跨界融合的标杆赛道。电影不再局限于文化产品，而是成为拉动餐饮、文旅、零售等多领域消费的核心引擎，实现了从产品输出到价值共享的转变。



电影 + 文旅成标杆

银幕热度转化为消费增量

影响力外溢

《飞驰人生3》带动四川甘孜、青海德令哈旅游预订量分别增长近1倍和71%。

01

02

主题旅游线路

《惊蛰无声》取景地深圳推出4条“跟着电影去旅游”Citywalk线路，带动酒店预订量同比增长48%。

联动营销模式

新疆克拉玛依凭借《镖人：风起大漠》推出凭票根享景区折扣等活动，实现文旅产业联动发展。

03

04

实现价值共享

跨界融合不仅拓展了电影的商业边界，更让电影成为文化传播与区域经济发展的核心引擎。

全产业链价值升级

电影成为文化传播核心引擎



拉动线下消费

一张电影票有效带动了餐饮、购物、交通、文创等一整条消费链，电影为线下实体经济注入强劲活力。

01



激活传统文化

“电影 + 非遗”“电影 + 美食”等模式全面开花，让传统文化在现代消费场景中焕发新生。

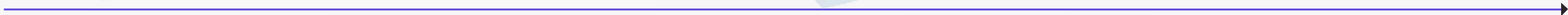
02



重塑商业价值

电影产业的价值创造能力已远超票房本身，其跨界融合能力正推动全产业链价值的系统性重构与升级。

03





出海突破价值共享

中国电影出海从零星放映升级为全球同步上映的规模化输出，在全球范围内掀起“中国风”。这不仅是产品的输出，更是文化价值的共享。



全球同步上映提速

中国电影掀起海外“中国风”

01 出海规模扩大

• 《惊蛰无声》《镖人：风起大漠》等多部影片在北美、澳新、东南亚等十余个国家和地区同步上映。

02 海外票房亮眼

• 《镖人：风起大漠》在马来西亚票房超 500 万令吉（约合 885 万元人民币），稳居当地票房榜前三。

03 输出模式升级

• 中国电影出海已从零星放映升级为有组织、成规模的全球同步上映，国际影响力显著增强。

文化价值全球共鸣

从文化符号到普世情感共鸣

共享文化价值

中国电影出海进入“价值共享”新阶段，通过东方美学与普世情感共鸣，让海外观众理解中国文化内涵。

推动来华旅游

“跟着电影游中国”海外推介活动，吸引大量海外观众来华旅游，体验电影中的取景地与风土人情。

拓展全球市场

预计 2030 年中国电影海外票房将突破 80 亿元，东南亚、非洲等新兴市场将成为核心增量市场。

分析师声明

负责本研究报告的分析师在本报告中所采用的数据均来自合规渠道，报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

公司声明

本报告的著作权归北京精毕智信息咨询有限公司（简称为“研精毕智”）所有。本报告是研精毕智研究与统计成果，所载的观点、结论

和建议仅代表行业基本状况，仅为市场及客户提供基本参考。
本报告调研方法主要是桌面研究、行业访谈等，结合公司内部逻辑算法，通过定量和定性分析分析，客观阐述行业的现状，科学预测

行业未来的发展趋势。
我们力求报告内容客观、公正，但受到调研方法及调查资料收集范围的局限，本报告所述的观点、数据并不一定完全准确。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式篡改、复制和发布。如引用、转载需注明出处，且不得

对本报告进行有悖原意的引用和修改。
本研究报告仅供北京研精毕智信息咨询有限公司客户和经本公司授权机构的客户使用，未经授权私自刊载的机构以及其阅读和使用

应慎重使用报告，本公司不承担由此所产生的相关风险和责任。