

财金视角

# 今年春节档为何没有“票房神话”

■ 谢若琳

马年春节的热度逐渐散去,节后首个交易日,中证影视主题指数暴跌6.73%,光线传媒、中国电影、横店影视等多只个股跌停。节前还在押注“最强档期”的抢筹资金,节后便上演夺路而逃的踩踏行情。

更具戏剧性的是,从数据看,今年春节档无疑热闹非凡:总票房57.52亿元,总场次435万刷新影史纪录,观影人次1.2亿次,连续八年破亿。一张电影票根,甚至串联起从新疆克拉玛依到青岛东方影都的文旅消费热潮。

然而,这组数据的另一面,是整体上座率仅22.5%,较2025年春节档的超50%近乎腰斩。平均票价降至47.8元,创下近六年新低。影院试图“以量补价”,结果却是供需错配——场次增加了,愿意走进影院的观众并未同步增长。这释放出一个危险信号:“必看”的刚性需求正在减弱。

影片格局的断层,进一步印证了市场的冷酷。市场两极分化愈发严重。档期内,《飞驰人生3》以超29亿元领跑,贡献了过半票房;亚军《惊蛰无声》仅收获8.68亿元。这种“一起多弱”的格局,与往年的“双引擎”形成鲜明对比。

2023年春节档,《满江红》逆袭《流浪地球2》最终夺冠,两部影片联手拿下47.74亿元档期票房,实现“双20亿元”产出;2024年,《热辣滚烫》《飞驰人生2》在春节档分别以26.81亿元、23.66亿元的表现,占据春节档前两名;2025年春节档,既有《哪吒2》的“影史奇迹”,第二名《唐探1900》也拿到了22.79亿元的成绩。

对于全年最重要的“黄金”档期,从业者们过去十年建立起的“方法论”正一次次失灵。这不仅是预期与现实的错配,更折射出中国电影产业在“后爆款时代”不得不面对的问题——春节档的逻辑正在改变,“大片带头,小片喝汤”的时代结束了,春节档似乎不再是一个“早涝保收”的优质档期。

若将目光仅局限于票房数字的起伏,我们或许会错过中国电影产业更具意义的转型。事实上,当票房增速放缓,电影的经济价值正在向更广阔的产业维度延伸。

2026年春节档的一大关键词是“票根经济”。国家电影局等部门启动“2026电影经济促进年”,推出“跟着电影去旅游”“跟着电影品美食”等活动。一张小小的电影票根,变成了打通餐饮、娱乐、旅游的“万能通行证”。

青岛的“票根经济”商家联盟从200余家扩容至700余家;贵州贵阳跨界影城凭借“电影+”联动,外地影迷占比超40%;《飞驰人生3》取景地四川甘孜和青海德令哈,酒店预订量同比增长40%和71%。这些数据说明,电影正在从一个封闭的“内容产品”转变为开放的“流量接口”。

这种转变的意义在于重构了电影产业的估值逻辑。过去,市场对影视公司的评价高度绑定在单片票房上,导致股价如同过山车——押中爆款则一飞冲天,票房不及预期则跌跌撞撞。

而当“电影+”模式跑通,电影的变现路径被拉长。一部电影的价值不再定格于上映时的最

终票房,而是延伸至文旅景区、商业综合体的餐饮消费、非遗产品的衍生开发。这种多元变现虽然尚未完全体现在影视公司的财务报表中,但它为行业提供了一个脱离“票房依赖症”的可能性。

理解了上述背景,再来看影视股的节后表现,就不会简单地将其归结为“情绪波动”。

股价波动的本质是市场对“春节档信仰”的一次价值重估。长期以来,资本市场对春节档抱有惯性期待:档期越长、影片越多、票价越高,票房就一定破纪录。但2026年的现实证明,在内容为王的时代,档期的长度敌不过爆款的高度,影片的数量抵不上话题的浓度。

这也意味着,押注春节档不再是“闭眼赚钱”的确定性机会。未来的投资逻辑,必须从博单片爆款,转向考察公司的内容工业化能力、IP系列化运营能力,以及“电影+”生态的布局深度。

值得一提的是案例是《熊出没·年年有熊》。这部连续12年登陆春节档的动画IP,以稳定的品质拿下档期票房第四,场均人次稳居第二。它证明了长线运营的IP价值——不求单集爆发,但求年年相见。对于追求确定性的资本市场而言,这种“稳稳的幸福”或许比押注爆款更具吸引力。

在2026年的起点展望中国电影产业,其正站在两个“奇点”的交会处。

一边是技术奇点。今年春节档,AI技术已

深度介入行业。《星河入梦》贴合AI话题展开叙事,《镖人》的片尾彩蛋也由AI生成。在拍摄端,CINITY LED、4K 60帧等高规格制式成为标配,中国自主研发的放映技术正在重塑视听体验。

另一边是内容之魂的坚守。《镖人》剧组在60℃的吐鲁番沙漠中实景拍摄,演员身着重甲拒绝替身;《飞驰人生3》将航拍机改装至时速220公里,在高原上紧贴赛车完成极限追拍。这些“捍卫艺术质感”的幕后故事提醒我们,无论技术如何迭代,观众真正渴望的,始终是那些能引发情感共振的好故事。

2026年春节档虽然没有再次创造出票房神话,但它以一种更冷静的方式,推动行业回归常识:内容永远是根本,档期只是舞台。当狂欢退潮,那些拥有内容定力、IP积累的企业,才能在市场的起落中走得更远。



# 筑牢私募行业规范发展的制度根基

■ 吴晓璐

近日,证监会发布《私募投资基金信息披露监督管理办法》(以下简称《信披办法》),这是首部落实《私募投资基金监督管理条例》(以下简称《私募条例》)的行政法规,弥补了私募基金信息披露专门行政规则空白。

《信披办法》直击行业痛点,全面细化市场各方责任,破解“嵌套迷雾”,并对不同类型机构作出差异化信披安排,明确合规底线,并加大违法惩戒力度,为行业规范发展筑牢制度根基。

其一,提高透明度,破解行业信息不对称难题。近年来,私募基金发展迅速,已成为资管领域重要力量。但由于其信披准确性、及时性不足,引发了一些风险事件。对此,《信披办法》扩大了信披义务主体范围,明确基金管理人、托管人、销售机构以及股东、合伙人、实际控制人等相关方的责任和义务,首次全面界定了各市场主体责任,构建起全链条责任体系。同时,《信披办法》对私募基金投资运作全流程提出了明确披露要求,强调“穿透披露”原则,要求嵌套投资需披露穿透后的投资资产情况,确保投资者知情权;并根据私募证券及股权基金的不同运作特征,在披露内容和频率上设置差异化安排,提升信披制度的可执行性和效率。

其二,设置禁止性行为,划定合规“红线”。《信披办法》首次以行政法规形式明确列出了七类禁止性行为,包括禁止虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,禁止业绩预测、保本保收益承诺、公开或变相公开披露、夸大过往业绩、诋毁同行等,清晰界定了私募信披的合规边界,有助于从源头遏制行业乱象,引导行业规范发展。

其三,加大信披违法违规处罚力度,确保制度落地生效。制度的生命力在于执行,《信披办法》一方面衔接《私募条例》,对违法违规行为依法实施行政处罚;另一方面,增设独立罚则,明确管理人、托管人、销售机构及其从业人员,以及管理人的股东、合伙人、实控人违反规定后的处罚措施,确保信披制度落地执行。

《信披办法》的出台,是保护投资者、净化行业生态、推动私募基金行业稳健发展的关键一步,将推动私募基金走向“量质齐升”的新阶段。

一是投资者权益保护制度基础更牢固,提升市场投资信心。《信披办法》全方位保障投资者的知情权,明确了披露内容和频率,强化穿透式披露和风险提示,确保投资者看清资金流向与运作风险的全过程;鼓励管理人自主披露内容,为投资决策提供支撑。此外,新规也为投资者监督、维权提供了法治保障。在“看得见的透明”与“触得到的保障”下,市场对私募基金的信心有望提升。

二是机构优胜劣汰将加速,重塑行业生态。随着信息透明度的提高,合规能力将成为私募机构的核心竞争力。新规下,穿透披露、强制审计等要求将大幅提升行业合规成本,管理不规范、合规能力薄弱的机构将被加速出清,资金将进一步向治理完善、信披透明、恪守信义义务的机构集中。

三是监管“拼图”进一步完善,夯实高质量制度基石。《信披办法》的出台,标志着私募监管体系完成了从“单点突破”到“系统集成”的关键升级。一方面,在强化行政监管的同时,新规压实了托管机构和审计机构的外部监督职责,推动行政监管与外部监督形成合力,提升行业规范运作水平。另一方面,作为落实《私募条例》的首部规章,《信披办法》也为后续围绕私募基金募集、投资运作等重点环节出台更多部门规章和规范性文件奠定了基础,推动私募基金监管迈向体系化、法治化的新阶段。

截至今年1月底,我国私募基金行业规模已经达到22.4万亿元。未来,随着新规正式施行、配套措施落地以及其他重点环节行政规章的出台,我国私募基金行业将迎来更加规范、透明、健康的发展环境,行业将加速回归受托责任本质,提高资本配置效率,更好服务实体经济高质量发展。

# 物企投身“城市运营”是服务升级重要手段

■ 王丽新

2月28日,重庆公布2026年首批《城市更新机会清单》,清单共收录重庆市207个优质项目,总投资近1200亿元,涵盖老旧小区改造、产业园区升级、商业办益盘活等多个领域。

笔者观察到,在去年7月14日至7月15日召开的中央城市工作会议“城市发展正从大规模增量扩张转向存量提质增效”的顶层定调下,各地城市更新正提速发力,物业管理行业随之迎来深刻战略转变。物企普遍告别此前粗放扩张与盲目并购路径,以“不进则退”的行业紧迫感,全面切入城市服务运营新赛道。这不仅重新定义了城市服务的核心能力边界,更清晰勾勒出存量治理时代城市服务的演进方向。结合多家物企2025年经营总结与市场化拓展实践看,过去一年,物管行业市场化拓展更重战略协同,更讲服务纵深,高质量拓展成为主流。

受房地产行业转型影响,传统住宅物业扩张增速放缓,物企主动将服务触角延伸至市政环卫、高校医院、社区养老、政府公建等场景,推动物业服务深度融入基层治理、城市更新与公共服务体系,实现从空间管理向全域一体化服务升级。

当前,物业管理行业聚焦四大赛道延伸业务。其一,医疗、教育、政府公建等公共服务赛道;其二,国家战略新兴产业聚集园区、零碳产业园等产业运营赛道;其三,商业、文旅等创新场景服务;其四,老旧小区改造、社区养老等民生服务。在拓展模式上,物企以公开招标、合资合作、审慎收购等方式抢抓城市运营服务机遇,打造标杆项目以点带面。比如,万物云是典型代表,其已沉淀108个城市服务项目,覆盖全国26个城市,涵盖老城老街、新城新区、科创片区等多元场景,形成可复制、可推广的城市服务解决方案。

另一方面,AI与数智化深度赋能,创新商业模式,构筑核心竞争力壁垒。政策红利与科技升级共振下,“AI+科技赋能”成为物企降本增效、提升竞争力的关键抓手,数智化布局领先的企业更易占得先机。部分头部物企聚焦城市运营、物业清洁等核心场景,规模化应用人工智能、服务机器人、物联网、无人机、算力平台等技术,显著提升服务效率与品质。另有头部企业主动构筑高附加值、强专业化壁垒,与数字基

建、云计算龙头深度绑定,共享科技赛道增长红利。

其中,万物云与武汉金融街集团的合作颇具示范意义,双方在江汉区落地“物业城市”全域智能运营管理模式,推动城市管理经费投入下降8%,街道满意度提升至93.4%,实现治理效能、民生体验、经营效率的多重提升。这为城市

高质量发展注入鲜活动力。

总体来看,物管行业正将转型“金点子”转化为高质量发展“金钥匙”,以专业化运营补齐城市服务短板、提升服务品质。在政府主导、企业运营、多方协同的治理框架下,物企深度参与城市更新与存量治理,有望走出一条市场化、智

能化、精细化的智慧城市治理新路径,为行业打开长期成长空间。



# 别让山寨产品拖了AI行业发展的后腿

■ 田鹏

日前,市场监管总局公布了5起人工智能领域不正当竞争典型案例,其中,有3家公司涉及仿冒知名人工智能品牌、混淆市场。

具体来看,北京奥蓝德运营的“DeepSeek本地部署工具”,与DeepSeek官方无任何关联,却在网站多处使用“DeepSeek”字样及官方图标,还通过竞价排名借势引流,将山寨工具包装成官方正品;杭州博斯在未经授权的情况下使用与DeepSeek官方相同的字样及高度相似的图标对外宣传,用高度相似的包装让用户误以为其与官方存在深度关联;上海瑞云则将自身调用

OpenAI接口的普通服务,伪装成“ChatGPT中文版”,用高度类似官方的头像和有误导性的简介,让消费者“真假难辨”,进而注册付费。

在笔者看来,上述行为实则是破坏行业生态的大隐患,其不仅侵犯了合法经营者的知识产权与商业利益,更让普通用户陷入信息不对称的困境。用户花钱购买的所谓官方服务,实际是没有核心技术的水山寨产品,既损害了用户合法权益,也透支了公众对人工智能行业的信任。

对上述行为放任不管,则可能形成劣币驱

逐良币的恶性循环。当越来越多投机取巧的山寨主体获利,就会挫伤研发投入的积极性,甚至阻碍整个AI产业的技术创新;与此同时,那些被仿冒的企业,也不得不投入大量精力维权打假。当前,我国人工智能产业正处在技术突破加速、场景落地扩围、商业变现破局的关键期,行业需要一个清朗透明、公平有序的竞争环境。技术创新本身就具有高风险,更需要强有力的知识产权保护支撑;商业模式仍在探索,更需要严格规范的市场秩序护航。

整治AI行业的山寨现象,需要监管层、行业

协会与企业协同发力。监管层需持续完善AI领域反不正当竞争法律法规,强化科技赋能监管,精准识别仿冒混淆等违规行为,加大查处力度,让“李鬼”无处遁形;行业协会需发挥自律作用,引导企业践行诚实守信原则,坚决抵制仿冒混淆行为,营造“尊重创新、拒绝山寨”的行业氛围;而AI企业则应坚守初心,同时善于运用法律武器保护自身权益,守护AI产业的创新生态。

AI赛道拼的是硬科技与长期价值,更需要杜绝山寨以及“李鬼”。唯有清朗公平的市场环境,才能推动我国人工智能产业行稳致远。