

文旅快讯

# 2026年春节档总票房57.52亿元

据国家电影局统计,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。截至目前,2026年电影总票房为83.35亿元,观影人次为1.87亿。春节档上映的影片票房分别为:《飞驰人生3》29.27亿元,《惊蛰无声》8.68亿元,《镖人:风起大漠》8.06亿元,《熊出没·年年有熊》7.14亿元,《熊猫计划之部落奇遇记》1.93亿元,《星河入梦》8057.96万元,《夜王》7245.40万元。

中国电影观众满意度调查,2026年春节档调查结果显示,春节档满意度近三年持续增长趋势。档期经典IP与创新作品齐聚,喜剧、武侠、科幻、动画、剧情等多元类型同期绽放。春节档影片中,《飞驰人生3》和《镖人:风起大漠》获得了超86分的高分,其余四部均超83分。

“春节观影已成为节日仪式的重要组成部分,是情感释放与文化认同的集中呈现。”中国电影评论学会会长饶曙光表示,近年来,“电影+旅游”“电影+美食”等多元业态蓬勃发展,激活消费新动能,“一张电影票,帮我们打开远超影院空间的文化消费市场。”

# 跑山运动融入全民健身新图景

近年来,跑山运动逐步突破小众圈层,成为城市人群亲近自然、锻炼身体、拓展社交的重要方式。这项兼具竞技性与体验感的运动,正以更加开放、包容的姿态,深度融入全民健身国家战略,成为新时代群众健康生活方式的生动实践。

根据最新越野跑人口统计数据,当前我国跑山参与群体呈现多元化发展趋势。22至55岁年龄段跑者占比高达90%,其中25至44岁人群成为主力军。女性参与比例显著提升,由此前的约20%增至40%左右。此外,越来越多的越野跑赛事增设亲子组与青少年组,标志着跑山运动正打破年龄与性别界限,逐步构建起全龄友好的全民健身新生态。

随着参与人群扩大,科学训练与安全理念日益深入人心。凯乐石 FUGA、HOKA、萨洛蒙等国内外品牌积极构建系统化训练体系,高频次举办训练营与训练赛,推动跑山运动规范化普及。与此同时,专业跑者社群不断兴起,成为跑山文化传播与跑者互动的重要桥梁。重庆大众跑者蒋汶利在“跑山帮”社群支持下,斩获 TORX 巨人之旅百公里女子冠军,成为首位登上该国际赛事领奖台的中国跑者,并牵头成立“野够”社群,每周组织山野拉练,带动更多人安全、科学参与跑山。

跑山热潮也带动了户外装备产业的快速发展。据《中国户外运动产业发展报告(2024-2025)》,我国越野跑鞋销售额同比大幅增长100%,国产品牌在整体增速上领先国际品牌。2025年国内越野跑鞋品牌统计显示,国产品牌占据前五席中的两席,其中凯乐石 FUGA 以超40%的穿着率登顶,成为最受跑者青睐的跑鞋品牌,充分展现国产装备的专业实力。

跑山运动的蓬勃发展,既是全民健身战略深入推进的缩影,也是体育产业升级、乡村振兴与生态文明建设协同发力的体现。从政策护航到产业协同,从科学训练到社群共建,跑山运动正以其独特的方式,为体育强国与健康中国建设注入源源不断的动力。

# 2026年春节假期国内出游5.96亿人次

经文化和旅游部数据中心测算,春节假日9天,全国国内出游5.96亿人次,较2025年春节假日8天增加0.95亿人次;国内出游总花费8034.83亿元,较2025年春节假日8天增加1264.81亿元,假日游客人数和花费均创历史新高,全国文化和旅游市场平稳有序。文化活动添年味,欢喜过年氛围浓。非遗活动亮点纷呈,“非遗贺新春·寻味中国年”主题活动好戏连台,多地非遗展演、庙会热闹登场,《2026年非遗晚会》收视领跑。文艺演出广受欢迎,“戏聚京津冀·新春演出季”、陕西“西安天天有秦腔”、黑龙江齐齐哈尔“冰雪齐艺艺梅香”冰雪演出季等丰富群众节日生活。“文博馆里过大年”渐成风尚,浙江、辽宁、宁夏等地文博场馆推出数百场主题展览与体验活动,让市民游客沉浸式感受传统文化。

惠民措施激活活力,文旅消费开门红。2026年全国春节文化和旅游消费月活动火热开展,各地集中发放消费券、专项补贴等,推动文旅市场购销两旺。福建推出4300余场文旅消费活动,560余项优惠政策,湖南通过发放消费券、景区门票优惠、艺术惠民演出等开展促消费活动3000余场,重庆推出1300余场文旅活动,发放5000万元出行补贴。夜间经济活力十足,洛阳古城文化特色街区、长沙五一商圈等集聚烟火气,人气旺盛,点亮夜间文旅消费。

本栏稿件均据人民网

# 产业聚焦

# 火树银花不夜天

## ——忻州古城打铁花记



冬日秀容,夜风携寒意掠过忻州古城的青砖黛瓦,檐角的灯笼摇曳出暖柔的光晕,恰与远处天际骤然绽放的金红烟火相互呼应。那是唐风晋韵打铁花表演的盛况,是铁与火的淬炼,更是古与今的共鸣,在岁月长河中,晕染出一幅兼具豪迈与温婉的民俗画卷。

夜幕降临,古城墙下的游客尚且稀稀朗朗,张师傅就已经在为半小时后的打铁花表演进行筹备了:上好的白沙铁被敲碎,送入炉膛与焦炭相拥,呼呼作响的风箱吞云吐雾,将沉睡的生铁慢慢唤醒。炉火从微弱的橘黄,渐次烧成炽烈的赤红,再转为耀眼的湛蓝,终至灼目难视的雪白。铁料在高温中缓缓消融,咕嘟咕嘟地翻滚,化作岩浆般赤红发亮的流霞,在炉膛中奔涌流转,泛着细碎的金光。

这一炉铁水,从春秋战国时期烧起,已在三晋大地上翻腾了两千余年。从碛山、临汾到大同,蔚县,作为“黄河流域十大民间艺术之首”的打铁花,既是五门工匠开业庆典的祈福仪式,更是寻常百姓在嫁娶、新宅奠基、祝寿、金榜题名等喜庆时刻的吉祥盛典。它以火为媒,以铁为花,寄托着先民对美好生活的万般期许;它以艺为脉,承古为韵,承载着华北大地厚重的民俗文化。它是国家级非物质文化遗产,是一方水土的文化根脉。

场地四周的长椅早已没了座位,观众里三圈外三圈簇拥着,肩头挨着肩头——有操着醇厚乡音的老者,有扒着大人肩头的孩童,还有不少年轻人举着手机,屏幕的微小星星点点,窃窃的议论声里裹着掩不住的期待。随着激昂的乐声响起,喷火艺人率先登场,烈焰从口中喷涌而出,如火龙吐息,映红半边夜空。紧接着,火流星的表现者挥动手臂,燃烧的

彩球在指尖翻飞,于空中流转,划出一道道灵动的火弧;火狮子踏着鼓点腾跃而来,鬃毛上的火星簌簌飘落。人群中此起彼伏的惊呼一次次划破宁静的夜幕。

乐声稍缓,最令人期盼的打铁花表演压轴登场:匠人师傅们赤裸上身,头戴草帽,一人用火钳夹住坩埚勺,从炉膛中舀出一勺红艳的铁水,如发乒乓球般轻盈一抛,一人执柳木板顺势迎上,抡圆膀子甩手猛击——“啪”,一声惊雷在空中炸开。滚烫的铁水被击得粉碎,化作千万点金红火花,冲天而起时如流星奔月,倾泻而下又像金雨漫天。铁花落在地面上,溅起细碎的光点,弹跳、折射、光影斑斓:红艳似霞,金黄如灯,璀璨若星。六位匠人同心同向、配合默契,舀铁水、抛铁水、接铁水、击铁水,动作行云流水、一气呵成,没有一丝拖沓。漫天铁花交织成网,层层叠叠,铺就出“火树银花不夜天”的壮阔盛景。

沉浸于眼前金火交织的盛况,鲜有人知晓,这项传承千年的非遗曾在文旅征程中步履维艰、屡屡碰壁。从凤凰山

到平遥古城,打铁花表演一直难掩“叫好不叫座”的窘境:游客驻足而不回头,演出收入难以稳定,运营成本高昂,诸多顽疾如沉疴缠身,让这门非遗技艺在时代浪潮中渐显落寞。

而今在忻州古城,这门古老的演艺艺术得以落地生根、涅槃新生。运营团队以打铁花为核心内容,巧融吐火、火流星、风火轮、舞火龙等非遗,匠心打造系列非遗火秀展演。节目逐季迭代、焕新呈现——从夜光舞狮的灵动婉转,到火魔方的奇幻绚丽;从男子打铁花的豪迈铿锵,到女子火花队的温婉灵动,既坚守着非遗艺术的本真根脉,也契合了当代游客的审美风尚,让每一次演出都带来不一样的感受。

互联网新时代,更重要的还是让这项非遗技艺走出华北一隅。抖音快手上,运营团队日均十四小时的直播,让远方游人得以隔屏“云端”共赏铁花燃动之美;小红书上,无数游人的打卡絮语与光影定格,让“赴忻州、赏铁花”成为年轻人追捧的文旅潮流;央视新闻、各大报刊的专题报道,更让这门藏于古城的非遗技艺,收获各地游客的瞩目与赞誉。

非遗引流聚气,古城载韵承情。依托打铁花表演的超高人气,古城小吃街的烟火氤氲、特色民宿的温润雅致、文创店铺的匠心巧思,均顺势承接客流,“非遗+旅游”就此实现良性闭环。文化魅力与商业价值双向赋能、共生共长,让非遗铁花不仅成为忻州古城最鲜明的文化名片,更化作驱动地方文旅高质量发展的强劲动力。

寒夜渐深,灯影摇曳,最后一朵铁花轻落,暖意依旧萦绕在古城的夜空。这漫天星火既是千年文脉的延续、非遗匠人的传承,亦是文旅融合的硕果,活态守护的典范。以炽热破尘,以匠心续章,愿每一位来访的游客,皆能在花火流转间,读懂三晋大地的豪迈温婉,读懂千年非遗的厚重鲜活。

刘泓达



# 文化只眼

# “小屏幕”撬动城市“大未来”

一段剧情吸引如潮的打卡人群,一部短剧成为一座城市的文旅地图,作为蓬勃发展的网络视听新形态,短剧正与文旅产业走向深度融合,为城市发展打开新的想象空间。近期发布的《文旅短剧活力城市指数年度报告(2025)》显示,文旅短剧不仅助力北京、上海、广州、西安、郑州等传统文旅强市持续释放活力,还带动金华、烟台、德阳、台州、福州等一批特色城市崭新“出圈”。

“跟着微短剧去旅行”等创作扶持计划的深化实施,进一步推动短剧与城市文旅产业紧密联动,使其成为传播城市文化、激活区域经济、拉动旅游消费的重要增长引擎。从追逐“流量”到深耕“留量”,文旅短剧与城市发展的这场“双向奔赴”,路径正日益清晰。

文旅短剧将自然景观、地标建筑、历史文脉与城市独有的气质风貌相结合,通过快节奏、强情节的剧情设计,营造出沉浸式的情感体验和感知空间,从而激发观众对一座城市的共鸣和向往。这种创新探索,打破了传统文旅营销模式的路径依赖,展现出更为精准、持久的传播力。一部热播的文旅短剧,往往能将观众的线上“心动”转化为线下“行动”:《我的归途有风》带动乐山非遗美食打卡热潮,《今生簪花,世世漂亮》让泉州簪花成为年轻人的

时尚符号,《真探·一九二七》则通过剧情吸引观众开展红色主题 Citywalk、追寻历史足迹……这些作品不仅激活了城市餐饮、住宿、交通、文创等更为广泛的消费生态,更培育出以内容为牵引的文旅新增长点。尤其为那些资源禀赋独特但缺乏曝光的中小城市,提供了“弯道超车”的发展机遇,将短期流量热度转化为城市长期的情感认同与品牌资产。

与此同时,不同城市也以其各自的本土资源,持续滋养着短剧产业生态。城市不仅是短剧的取景地,更为短剧产业发展提供了政策、人才、基础设施等多维度的系统性支撑。当前,越来越多的地方政府正主动布局,将自然景观、历史文化等资源优势转化为产业优势,构建覆盖创作、拍摄、制作、传播乃至IP衍生开发的全链条产业生态体系,推动城市从“故事背景板”向“产业共建者”转型。例如,浙江临海创新政企共建模式,通过“零跑动”“一日办结”等服务机制降低企业制度性成本,快速建立起从内容创意到产品出海的全流程服务体系;湖北荆州则以“全域皆片场”理念整合文旅创作资源,并规划建设影视AI智慧平台,以数字化变革驱动产业化升级。城市的角色转变,正引导文旅短剧告别追逐短期流量的粗放模式,转向追求长期价值的精品化道路,实现“剧”与“城”的相互赋能、

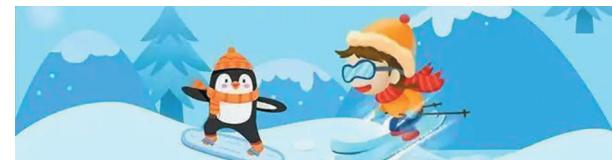
共生共荣。

当然,要让“流量”真正走向“留量”,还需着力构建“内容—产业—生态”协同发展的长效体系。当前,文旅短剧仍面临文化挖掘浮于表面、产业链衔接不够顺畅、品牌价值释放不足等挑战。要破解这些问题,促成文旅短剧与城市发展的双向奔赴,需要在内容上深耕在地叙事,摒弃低质化、同质化表达,持续打造有温度、有辨识度的精品力作;在产业上建立可持续的全链条运营机制,推动政府、平台、制作方与文旅企业形成稳定合力,实现“线上到线下”的无缝对接与闭环运营;在生态上推进品牌化与IP化发展,促进“产学研用”深度融合,让短剧的热度真正沉淀为可持续的城市品牌资产与消费动能。尤为重要的是,各地应立足自身文化本底,避免盲目跟风,在“微而不弱、短而不浅”的叙事中真诚呈现城市的灵魂与肌理,如此才能唤起观众发自内心的向往与眷恋。

“小屏幕”撬动城市发展的“大未来”。在这场“剧”与“城”的双向奔赴中,我们也期待看到更多独具匠心、扎根特色的作品,让每一部短剧都成为邀请函,让每一座城市都成为值得沉浸体验的开放剧场,让更多“线上爆款”转化为线下的“长红风景”。

何天平 胡海雨

# 青少年户外运动十大注意事项



## 一、注意天气与时间

避免在恶劣天气,如大风、雨雪、雾霾中运动,零下10°C以下气温条件下不宜长时间户外运动。  
寒冷地区,建议选择上午10点至下午4点之间,尤其是阳光充足时段运动,避开清晨/夜晚低温时段。

## 二、选择安全场地

进行滑雪、滑冰等运动时需选择正规场地,遵守场地规则。  
登山、徒步等项目应优先选择平坦、干燥、无障碍场地,避开结冰、积雪或坑洼区域,远离危险地带。

## 三、选择合适项目与装备

根据个人身体状况和能力,选择适宜的运动项目,如滑雪、溜冰、慢跑等,确保具备相应技能和装备。  
滑雪板、护目镜、运动鞋等装备需质量可靠,避免因装备问题导致意外发生。

## 四、学习正确技巧

参加滑雪、溜冰等运动前,建议参加专业的培训课程或寻求专业人士的指导,掌握正确的运动技巧,如滑雪控制速度、溜冰保持平衡等,提高运动安全性和效果。

## 五、注意保暖和衣物穿戴

根据户外温度,穿戴多层衣物,包括排汗内层+保暖中层+防风外层。重点保护头部、颈部、手部和脚部,避免穿着易产生静电的化纤材质衣物。  
运动后切勿急于脱去过多衣服,待身体逐渐恢复平静、汗水基本干了以后再脱。

## 六、做好热身准备

运动前,先充分热身(如拉伸、深蹲),直到身体微微发热、出汗为止,减少肌肉关节僵硬导致的损伤风险。

## 七、注意呼吸方法

冬季户外空气寒冷干燥,建议采用鼻吸口呼的方法,减少冷空气刺激呼吸道。如果进行高强度运动,需用口呼吸时,可将舌尖抵住上颚,让空气从舌头两侧进入。

## 八、调整强度量力而行

根据个人体质和运动水平,循序渐进增加强度,避免“挑战极限”。  
根据身体状况和运动类型,控制运动时长,每30分钟休息5-10分钟,避免连续高强度活动。出现不适立即停止,必要时寻求医疗帮助。

## 九、补充水分与营养

运动过程中注意及时补充水分,携带保温瓶装热水或热饮,少量多次饮用温开水。  
运动前后要保证充足的营养摄入。适当增加富含蛋白质、碳水化合物和脂肪食物摄入,同时多吃新鲜蔬菜水果,以补充维生素和矿物质。

## 十、节约资源 保护环境

合理利用资源,保持环境整洁。户外运动做到不破坏植被,不干扰野生动物。

来源:人民网