

国庆档落幕，数据勾勒出观众观影的“打开方式”。根据国家电影局统计，2026年国庆档电影票房为11.65亿元，连续7天每日票房破亿元，观影人次为3199.59万。《神探之痕迹》《什么意思夫妇》《生化危机：爆发夜》《欢迎来龙餐馆》《小猪佩奇·完美假期》位列票房榜前五位。观众更细分、选择更明确，是今年国庆档的突出特点。

2026年国庆档电影： 谁在看？爱看啥？

谁在看？单人观影创新高

今年国庆档，一个人走进电影院的观众明显多了。猫眼《洞察》显示，档期单人观影占比25.7%，达近六年最高，多人观影占比同比下降；人均观影部数仅1.08部，看2部及以上影片的观众占比也在下降。观众进影院的目的更明确了：一个人看悬疑，两个人看喜剧，一家人享“合家欢”。

地域结构上，东北地区成为增速黑马。灯塔数据显示，东北地区票房占比达

7.7%，较去年国庆档的5.3%大幅上涨，创近年新高；华北占比13.4%，同比提升1.9个百分点；华东以37.1%稳居第一大票仓。城市排名中，上海、北京、深圳、广州、成都位列前五，上海蝉联冠军。最抢眼的是东北城市集体前移：哈尔滨从去年第39名升至第22名，沈阳从第25名升至第14名，大连从第29名升至第19名，长春从第33名升至第21名。分线看，一线城

市票房占比15.64%，提升2.2个百分点，扭转近年持续下行趋势。

不同影片的购票画像各有侧重。《神探之痕迹》全年龄层覆盖更均衡，《什么意思夫妇》在东北表现突出，双人和多人观影比例最高，《欢迎来龙餐馆》《八仙！》三人及以上结伴购票比例均超21%，《生化危机：爆发夜》则更受年轻群体欢迎，带动档期购票画像相对年轻。

爱看啥？票房三甲各有突围之道

猫眼娱乐市场分析师赖力表示，今年国庆档头部影片表现总体稳定，票房前三影片各有各的打法，但缺乏更大体量的超级头部大片。从数据看，今年国庆档供给类型丰富，但普遍不够“合家欢”。猫眼《洞察》认为，家庭观影刚需人群需求未得到充分满足，暑期档头部影片长尾仍在延续。市场放映端表现强劲：排映影院1.28万家、排映厅7.94万个，均为近六年最高；日均场次47.0万场，较去年增长。假期首日大盘起势较低，但后续韧性较强，第三天和第五天由首映新片带动，日票房逆势上涨，第五天环比增长22.9%，成为档期内单日最高。

从影片格局看，《神探之痕迹》以4.23亿票房、36.6%的占比领跑；《什么意思夫妇》以2.44亿票房、

21.0%的占比稳居第二；10月5日上映的《生化危机：爆发夜》3天累计1.74亿。前三名合计拿下大盘71.7%的票房。《神探之痕迹》凭良好口碑在档期内实现票房逆袭，《生化危机：爆发夜》在核心观众中购票转化力强劲；《小猪佩奇·完美假期》则把更多轻频观众拉进影院。赖力进一步分析，《生化危机：爆发夜》正是凭借极强的IP属性和超预期口碑，在核心观众中形成购票转化力，不仅满足垂类观众需求，也带动票房和热度扩散。截至当前，2026全年票房超307亿，观影人次超7.84亿。从《神探之痕迹》的逆袭到《生化危机：爆发夜》的转化力，优质内容仍是撬动观众的关键。

长征题材：从“纪念档”走向日常文化场景

今年另一条光影线索，是纪念红军长征胜利90周年。此前，国家电影局主办的“绽放”——2026中秋、国庆档暨纪念红军长征胜利90周年电影片单发布会举行，片单汇集30余部作品，既有新片蓄势，也有《四渡赤水》《万水千山》《突破乌江》等十部经典革命历史题材影片推出重制海报。

国庆假期，北京举办“光影墨韵·中华文脉”跟着电影重走长征路主题活动。在中国共产党历史展览馆出入口的天中影汇，长征题材影片《追光者》每天免费放映一场。观众看完“伟大远征——中国工农红军长征档案展”和“雪山草地——纪念中国工农红军长征胜利90周年文物专题展”后，转身就能走进影院。现场还搭建长征主题非遗市集，上线《长征·英雄》VR影片。这种“观展+观影”的融合方式，实现史实与影像互补。广州天河电影城推出为期一个月的红色公益影展，免费展映《长征》《血战湘江》《四渡赤水》《大会师》。河南周口潇湘影城开展“跟着电影学党史”红色公益亲子观影活动。长征题材电影正走出“纪念档”的单一框架，嵌入更日常的文化消费场景，让电影的社会价值不断放大。

据新华社



《什么意思夫妇》海报