

# 《全民阅读促进条例》实施近一个月,上海书业人士怎么看?

## “硬约束”更能激发行业转型

《全民阅读促进条例》已于2月正式实施。上海的一些书业人士在接受青年报记者采访时表示,《条例》具有法律效力,等于把过去的“软倡议”变成了“硬约束”,势必对国民的阅读生活产生重要影响。

青年报记者 郦亮

### 票房破57亿元

### 2026春节档彰显市场韧性

青年报记者 陈宏

平导演结合了当下年轻人喜欢的热血国漫,得到了市场的高度肯定,其精彩的打斗场面甚至被观众誉为“近十年最佳武侠片之一”。在春节档大盘逐渐下行时,它凭借高口碑实现连续多日逆袭,截至目前票房达7.9亿元,占比13.9%,有望在假期最后一天突破8亿元,成功从预售中逆袭至票房前三,完成了“口碑换票房”的精彩突围,假期后攀升到亚军位置也几乎没有悬念。

亲子动画IP《熊出没·年年有熊》延续一贯稳健表现,以7.1亿元票房位列第四,占比12.5%,三、四线城市观影占比位居核心影片之首,凭借稳定的IP口碑与亲子刚需属性,成为档期“基本盘”。

其余影片中,《熊猫计划之部落奇遇记》票房1.90亿元,《星河入梦》8000.8万元,表现不佳也在市场预期中。错位上映、分线发行的《夜王》6754.7万元,其余影片票房均未突破3000万元,形成了清晰的票房梯队。

相较于往年春节档,2026年春节档在题材供给、创作表达、市场模式、消费场景等多方面实现突破,呈现出“多元赋能、质感提升、理性成熟”的鲜明特色,摆脱了单纯追求票房数字的粗放式发展,迈入高质量发展新阶段。

题材供给更趋多元,差异化定位精准覆盖细分市场。本届春节档以六部新片为主力,涵盖喜剧、武侠、谍战、科幻、动画、纪录片等多元类型,实现了全年龄段、全受众的覆盖。其中,《惊蛰无声》将当代国家安全题材首次搬上春节档银幕,兼具现实警示意义与家国情怀;《镖人:风起大漠》深耕硬核武侠,新疆实景拍摄勾勒苍茫江湖风貌,彰显东方美学。

春节档的表现,也证明电影仍然是重要的文化消费选择。像作为中国电影第一大票仓城市的上海,7天拿下了超1.9亿元票房,和往年基本持平,这也证明,春节档电影的文化价值持续凸显,观影已超越单纯的娱乐消费,成为深入人心的新年俗,是家庭团聚、情感释放与文化认同的集中呈现。

本报讯 大年初七,随着上班族即将返岗,为期9天的电影春节档(2月15日至23日)也正式进入了尾声。昨天20点左右,春节档正式突破57亿元总票房,总观影人次1.18亿,全国放映场次刷新历史纪录,平均票价降至47.9元,为近五年最低,市场在理性回归中彰显强劲韧性,用光影盛宴为马年新春增添了浓厚年味。这也助力2026年年度电影总票房(含预售)突破80亿元,超北美票房成绩,暂列全球单一市场票房冠军。

本届春节档票房,业内一般会认为是从大年初一6部大片上映后的统计更有实际意义。6部大片同台竞技,整体呈现“头部独大、黑马突围、梯队分明”的鲜明特征,票房分布呈现合理分化态势。

猫眼专业版数据显示,截至23日20时,《飞驰人生3》以28.98亿元票房强势领跑,占档期总票房的50.8%,成为当之无愧的“档期扛鼎者”,也是本届春节档唯一一部票房突破20亿元的现象级作品。假期最后一天,它的实时票房达2.41亿元,依旧保持强劲势头,不仅超越系列前作表现,更在档期预售偏冷的背景下,凭借稳定输出撑起大盘。

从整体来看,第二军团是此次春节档厮杀最为激烈的梯队。《惊蛰无声》《镖人:风起大漠》和《熊出没·年年有熊》的口碑都相对不错,7天的票房在7亿元、8亿元的体量,和冠军无法较量,但无论是口碑还是票房表现,都远超最后两名。

总排名第二的《惊蛰无声》票房达8.60亿元,占比15.1%,作为张艺谋首部当代国安题材作品,集结易烱千玺、朱一龙等实力派阵容,虽位列亚军,但票房表现略低于市场预期,大年初四就被紧随其后的《镖人:风起大漠》反超。

袁和平导演的《镖人:风起大漠》,其实严格意义上不能算“黑马”,它同样明星云集。不过,在武侠片“式微”的当下,作为传统武侠片的顶级大师,袁和



电影海报。



不同年龄段的读者在书店认真阅读。

青年报记者 郦亮 摄

#### 阅读扶持纳入“刚性预算”

和之前一些全民阅读推广举措不同,此次《全民阅读条例》首次通过立法形式将全民阅读提升为国家层面的制度性安排,实现了有法可依的历史性跨越。《条例》明确,县级以上人民政府应当结合实际情况将全民阅读促进工作所需经费纳入本级预算,完善阅读服务体系,创造良好阅读环境,提高阅读服务效能。这意味着全民阅读经费不再是“可投可不投”的弹性支出,而是刚性预算,出版机构可根据当地的具体要求,申报优质全民阅读出版物选题创作、公共阅读空间配套图书采购、阅读推广活动策划执行等不同维度的扶持。

上海文艺出版社社长李伟长很看重“有法可依”这一点。他表示,“硬约束”比“软倡议”在推广全民阅读上会更具有实际推动作用。这使得一些过去难以开展的工作在政策施行后会更容易推进。钟书阁上海大区经理朱兵则表示,《条例》的施行意味着日后政府部门在推广全民阅读方面将会采取更大力度。之后,书店可以通过申报或者获得奖励来得到扶持,这也为书店的经营拨开迷雾、指明方向。

#### IP开发回归内容本位

《条例》明确提出“支持数字阅读与传统阅读相结合,推动优质数字阅读内容供给”。在李伟长看来,这并不意味着传统纸质阅读将会逐步淡化退出。“数字阅读产品与传统读物之间不存

在需要平衡的竞争关系,它们是两个可以并存的类别,而非敌人。因此还是会更多地专注内容本身,甄选优质内容,并以合适的方式将其呈现给读者。”

《条例》推动全民阅读的常态化,将为优质内容的IP开发提供广阔的市场空间。出版企业不应局限于“出书卖书”的传统模式,而要以优质内容为核心,构建“图书出版—影视改编—文创产品—线下活动”的全产业链。对此,李伟长也深为认同。他告诉记者,最近他们出版的上海作协主席孙甘露的长篇小说《千里江山图》已经官宣将启动影视化改编,这算是出版社对已出版作品IP化的一次尝试。

“但IP化是一项长期性的工作,包括生产者、创造者、出版者、推广者、影视者、漫画工作者等,需要全链条、多方面的参与。因此打造IP是一个带有社会合作意义的行为,对出版社而言,为了IP而去IP是较为困难的。”李伟长认为,出版社首先应该考虑的还是发掘出版有辨识度的、高价值的文学作品,把好作品推向市场,让其能够进入IP化的产业链条中。因此之后还是会专注于把优秀的文学作品带给读者,在被更多读者所接纳的基础上,再发掘其IP化的可能性。

#### 阅读场景不应本末倒置

《全民阅读促进条例》第25条明确,地方政府要采取相应措施支持实体书店发展。这一点显然让这些备受冲击的书店的经营人看到了希望。朱兵就

对青年报表示,这意味着政府部门会更重视实体书店的发展和面临的困境,同时也能为实体书店提供更多的发展机会。但更具体的还要看本地具体的地方政策。

当然,对于《条例》鼓励书店阅读场景“多元化”这一点,朱兵也有自己的看法。现在有的书店,卖咖啡文创多于图书,被认为本末倒置,朱兵对这一情况也并不认同。他告诉青年报记者,目前,钟书阁的经营模式依旧以店内图书销售为主,同时兼顾店外销售。店内销售上,以“借助实体书店阵地,扩大销售”的理念延伸出的“咖啡+文创+图书”的销售模式一直是经营主流,且在2025年,占到书店总销售额的35%。另外的65%则来自形式灵活的店外销售。钟书阁组建了专门的队伍来深耕店外销售,除了承接公共图书馆与中小学图书馆的采购之外,每年还会策划多场“名家进校园”“名家进社区”等文化活动。钟书阁始终坚持“让书店回归图书本质”,坚持经营内容以实体图书为主,让主业带动副业。

《条例》强调书店要精细化社群运营。其实这一点,钟书阁之前已经在推动。朱兵介绍,精细化的社群运营需要专门的团队,需要将原有的员工队伍进行整合和调整,以适应新的发展模式。但这同时也是钟书阁拓宽业务范围、谋求更好发展的必要性投入。截至2025年,钟书阁在全市已与超过50家公共图书馆和超过300所学校开展了托管运营。