

我们的节日 春节

《小红书2026春节新趋势报告》发布,从“跟着过”到“我做主”

“00后”春节主理人主场造年味

马年春节,一群年轻人站了出来。他们被称为“春节主理人”——有人用拼豆做春节装饰,有人为全村老人拍新年照,有人接父母到自己工作的城市反向过年。近一个月,小红书上“我是春节主理人”的话题已有超过93亿的曝光和超过484万篇笔记。

这些新潮有创意的过年方式,让传统春节迸发出新活力。最新发布《小红书2026春节新趋势报告》(以下简称《报告》)显示,小红书上涌现出了上百种春节主理人的类型——享福主理人、自在主理人、年俗翻新主理人、仪式感主理人、乐子主理人……马年成为名副其实的“00后春节主理人元年”。

这背后,是无数用户分享带来的创造力,也是小红书作为连接与共鸣的土壤,让线上的灵感在现实中落地生根。年轻人正用自己的方式表明:他们不仅准备好了接过年节的“主理权”,更在用属于这一代人的审美、眼界和温度,重新诠释“年味”。



“90后”旅行博主“小鲤灯”连续三年带父母追寻非遗年味。

小红书用户@小鲤灯/供图

新方式唤醒旧传统

在辽宁沈阳,有一个四口之家用特殊的方式寻找年味。爸爸吕华中和妈妈熙熙从音乐学院毕业,没有美术基础,却靠着网上教程自学,用“废物”复刻出一件件有年味的非遗手作。

今年春节前夕,他们想让大家了解全国各地的新春民俗,得知天津有过年戴绒花的传统,但网上相关内容寥寥无几,便专程前往天津拜师学艺,向传承人学习传统绒花制作。“之前我们在家抽丝做的绒花不够精致,老师从头到尾教了我们,这回算是学到了真手艺。”熙熙说。

《报告》将他们归为“年俗翻新主理人”——主动挖掘传统年味,走近非遗文化。这些主理人或参与传统年俗、学做非遗手作、烹制传统年菜等方式,重拾“老式”年味,或用手绘灯笼、拼豆鱼灯、麦当劳纸袋做非遗彩灯等年轻化玩法,为传统年俗符号注入新鲜活力。春节期间,小红书上“非遗体验”相关的笔记发布同比增长超640%。

年俗翻新的热潮背后,也有平台的积极助力。今年春节,小红书精选了“山东德州盒子灯”“江西婺源婺女洲傩舞”“福建八家将”等全国10处非遗年俗地标,邀请多位非遗博主到现场非遗体验,让更多用户看见传统文化中的新年韵味。

“90后”旅行博主“小鲤灯”就是受小红书上相关内容的带动,连续三年带父母追寻非遗年味。2025年春节,他们一路向南,自驾到福建、广东,沉浸式体验了英歌舞、舞龙、烧火龙等特色民俗。今年春节,他们去往安徽宣城和秀里看鱼灯。不同村落的鱼灯各有韵味,让他们深深感受到年味的多样与深厚。“我爸说村子很热闹,有他年轻时过年的感觉。”小鲤灯说。她将自己非遗追年的体验分享

在小红书,许多用户留言说过年也要去这些地方看看。她从非遗年味的体验者,逐渐变成了传播者。

《报告》显示,小红书上春节热度最高的城市前五名,都与非遗年俗有关:泉州(逐火把)、福州(游神)、潮汕(英歌舞)、开封(鱼灯夜游)、自贡(彩灯大世界)。这些曾经隐秘的地方年俗,因为年轻人的镜头和脚步,经由平台的传播,被推向了更广阔的大众视野。

新镜头重塑代际情

当一些年轻人选择走出家门“追年”时,另一些人则把镜头对准长辈——不是简单的随手拍,而是用光影构建起一种新的代际连接方式。在小红书上,这群年轻人正在成为“仪式感主理人”,用各自的专业与创意,让长辈成为节日的主角。

在安徽六安市舒城县双峰村,驻村选调生张丽平发现,村里大多是空巢老人,许多老人一辈子没拍过一张像样的照片,不少老夫妻甚至从未有过结婚照。新春之际,他决定组织一场拍摄活动。

为了更有仪式感,张丽平准备了一张冲印的天安门背景和一块红色丝绒布背景。村中许多老人未曾去过远方,都对天安门有着特殊的感情,9成以上都选择了天安门背景。

他把经历发在小红书上,没想到意外走红,笔记阅读量近14万,点赞超4000。“我们现在变成了需要创造年味的人,从被动接受变成了参与者、组织者。大家把镜头对准长辈,甚至陌生的乡村老人,就是想感受生活中的那些美好瞬间。”他说。

“00后”大学生“培根小姐”也在做类似的事情。去年,她刷到一条视频:一位博主去村里为老人拍照,有位奶奶说“这张照片以后要当遗照用”。她深受触动,心里种下一颗种子,希望

能为更多老年人留下纪念。

今年在海南过年期间,她通过小红书主动联系养老院,并发布笔记招募摄影搭档,2小时内就有十多人报名。这种自发组织的行动,让一群素不相识的年轻人,因为对长辈的共同关注走到一起,形成了一种新型的“代际关怀社群”。

实际上,这不只是年轻人单方面的“关照”,也不是长辈被动的“被看见”,而是一场双向奔赴。这种连接之所以成立,是因为它不再把“老去”视为需要解决的问题,而是看作值得对话的生命状态。

摄影师“牙疼老爷爷”把镜头对准了一对特殊的模特——70岁的杭州老夫老妻。起初,他因摄影工作结识爷爷,后来邀请奶奶一同参与创作。“两位老人不喜欢传统的老年活动,更愿意和年轻人互动,也更愿意记录生活。”

他结合当下审美趋势,为爷爷奶奶拍摄了《疯狂动物城》《这个杀手不太冷》等创意造型照。作品发布后,收获大量正向反馈,有人称赞其镜头下的爷爷奶奶有“大佬气质”,也有人深受感染,分享自己为家中长辈拍摄的照片。年轻人的潮流表达,与长辈的情感记忆,在一张张照片里实现了交融。

新奔赴跨越山海

在北京扎根十余年的台湾男生Roland,今年没有像往年那样返乡,而是随父母从台湾接到了北京,实现了一场跨越海峡的“反向团圆”。

这是一种在年轻人中越来越流行的过年方式——跳出“返乡过年”的单一模式,以“陪父母旅行”或“反向团圆”重构春节场景。《报告》显示,今年春节“带着父母去旅行”话题浏览量达2.66亿次,“反向过年”相关搜索量也猛增45倍。

Roland有了孩子后,父母每年都会来北京小住,母亲已经适应大陆的便捷生活,祖籍山东的父亲则钟爱北京的大集。今年父母第一次来北京过年。这场反向团圆的背后,藏着一个家族的温暖流动:过往的春节,大家因为家里的老人聚在一起;随着老一辈渐渐老去,孙子孙女成了连接家庭最坚实的纽带。“一开始没有孙子辈,现在越来越热闹。虽然老一辈在变老,但新的家庭成员出现,能看到一个家族的成长。”Roland说。

还有一些奔赴,跨越更广阔的山海。“95后”王晓楠在加拿大留学,春节前夕发布的留学生炸年货系列笔记,意外收获了海外留学生的喜爱,大家纷纷表示“过年前做炸货真的很有年味”。今年春节,她在小红书评论区发起招募,邀请了5位留学生,亲手做了一桌汇集各地特色的年夜饭。

年夜饭,是刻在中国人DNA里的仪式感,从2月1日到2月21日,小红书平台年夜饭相关阅读量超4000万,年夜饭相关词条搜索量近千万。赴王晓楠之约的5位朋友来自东北、山东、陕西、广东等不同地区,有刚毕业的研究生,有仍在求学的本科生,也有在当地工作的年轻人。原本素不相识的一群人,因为一场年夜饭的约定,相聚到一起。“在海外,不管来自国内哪里,出了国就像老乡一样。”王晓楠说。

这些奔赴的故事背后,是年轻人对“团圆”的重新诠释——它不再固守于某一个地点,而是以情感为半径,“在一起”才是永恒的内核。正如《报告》所总结的那样——过年的方式在变,但对“家”和“年”的在意从未改变。这些春节主理人用行动表明:最好的传承,是让年味在一代代人的手里,长出鲜活的样子。

束涵



春节期间,福州上下杭、三坊七巷等传统街区洋溢着浓厚的节日氛围。不少游客头戴簪花、三条簪等传统头饰,身着汉服、唐装等国风服装,或驻足拍照,或组队游玩,为新春增添了一份别样的雅致与浪漫。图为身着古装的女孩在福州上下杭传统街区游玩。

新华/传真



连日来,甘肃省静宁县各乡镇非遗社火热闹上演,锣鼓喧天,年味十足,黄土高坡上洋溢着新春气息。图为甘肃省静宁县李店镇五方河村社火队员在为表演做准备。

新华/传真



春节假期,天津杨柳青古镇“到杨柳青 过吉祥年”主题活动持续升温,古镇全街区全天候排布特色演艺与互动体验,为游客带来多维度、沉浸式的新春民俗盛宴。

新华/传真



澳大利亚墨尔本交响乐团一年一度的中国新年音乐会2月21日晚在墨尔本艺术中心汉默音乐厅如约举行,精彩的演奏赢得现场约2400名观众热烈而持久的掌声。图为大提琴演奏家冯勇智在中国新年音乐会上演奏。

新华/传真



2月22日是农历大年初六,广东省普宁市不少商铺选择在这一天开门迎客,开启新一年的经营。在普宁市池尾街道,上寮英歌队身着传统服饰,伴随着铿锵有力的锣鼓声走上街头,挥鞭起舞,以充满力量感的英歌舞表演传递对新一年事业兴旺、开工大吉的美好祝福。

新华/传真

春节档:IP效应仍在 创新能力不足

特约撰稿人 韩浩月

根据国家电影局统计,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。《飞驰人生3》29.27亿元居首位,《惊蛰无声》8.68亿元、《镖人:风起大漠》8.06亿元,分列二三位。

今年春节档上映的大多数影片,均给人很强的熟悉感,核心原因是IP与续拍成为档期主流。票房一骑绝尘的《飞驰人生3》,已形成极具市场号召力的IP效应:《熊出没·年有年有》作为《熊出没》系列大电影的第十二部,是春节档的老牌常客;《熊猫计划之部落奇遇记》虽是系列第二部,却因深度绑定成龙个人IP,展现出成为春节档常驻作品的潜力。即便是原创作品《惊蛰无声》,也因张艺谋导演的个人IP影响力,稳稳立足春节档,其背后是张艺谋近年来旺盛的创造力,以及“张艺谋春节档新作”所带来的稳定口碑预期。

今年春节档中,《镖人:风起大漠》与

《星河入梦》是给观众带来新鲜感的两部作品。《镖人:风起大漠》由袁和平执导,在香港武侠片日渐式微的当下,以漫改手法重构武侠叙事,同时集结吴京、李连杰等功夫明星组成豪华阵容,让“四代功夫明星联手重振武侠片雄风”成为热议话题。经典武侠与漫改形式的结合,也让众多武侠爱好者充满期待。《星河入梦》则是导演韩延的一次风格突破,他曾以《我们一起摇太阳》试水春节档,此次一改现实主义创作路线,打造科幻视效大片,致敬《盗梦空间》《头号玩家》《黑客帝国》等经典影片,凭借年轻化的创作思路,精准吸引年轻观众群体。

从票房表现来看,IP与续拍作品在本次春节档占据绝对优势,这一点在《飞驰人生3》上体现得尤为突出。该片登顶票房榜,不仅标志着韩寒打造的“喜剧+赛车”类型片已站稳脚跟,也印证了喜剧仍是春节档的核心消费品类。而《熊出没·年有年有》与

《熊猫计划之部落奇遇记》,虽仍有IP价值开发空间,但经过本次春节档的检验,也迎来了严峻的创新考验——能否强化内容的新鲜感与视觉冲击力,将直接决定其未来征战春节档的市场表现。

今年春节档最具类型新意的作品,当属《星河入梦》。尽管影片致敬了多部经典科幻大片,但仍兼具鲜明的作者风格与本土特征,它以当下AI迅猛发展为时代背景,精准描摹出人们对未来生活既期待又焦虑的复杂情绪。从创作层面来看,影片的想象力、画面特效与年轻化的剧情设计,均贴合当下主流观众的审美趣味,但其票房表现却与影片质量形成明显倒挂,令人惋惜。

IP与续拍成为今年春节档档期主流,这不禁让人对行业发出疑问:春节档还需要电影新类型吗?回望春节档的发展历程,答案不言而喻。2013年,周星驰执导的《西游·降魔篇》在大年初一上映,以超12亿

元票房开启春节档爆发期。这部魔幻题材作品,彻底打破了春节档观众只看喜剧的固有认知。此后,2018年《唐人街探案2》的悬疑类型、2019年《流浪地球》的硬核科幻、2025年《哪吒2》的国漫风格,均以全新的类型特征拿下当年春节档票房冠军。可以说,正是持续的类型创新,推动了春节档的起步与爆发,使其成为全年电影市场最具含金量的档期。没有创新,便没有春节档的今日之盛。

今年春节档,缺少兼具新意与票房号召力的超级大片领衔,成为一大遗憾。这一现状,或源于电影生产与创作的周期限制,或源于行业出于安全获利的保守心态。

期待春节档落幕之后,电影行业能认真复盘本次档期的得与失,在未来的创作与规划中,真正激活IP效应与创新能力的“双引擎”,让二者相辅相成、协同发力,为观众持续带来兼具品质与新意的观影体验。