



2025 全年电影票房 518.32 亿元, 12.38 亿人次走进电影院

五个关键词 解码中国电影市场新消费

近日,国家电影局公布数据:2025 年中国电影市场全年票房 518.32 亿元,同比增长 21.95%;观影人次 12.38 亿,同比增长 22.57%;全年国产影片票房 412.93 亿元,占比 79.67%。与此同时,全年城市院线净增银幕数 2219 块,银幕总数达到 93187 块。

这一年,中国电影市场面对更理性的中国观众,部分既往经验不再适用。节假日档期的片海战术时有失灵;堆砌大导演大明星的豪华阵容不会屡试不爽;粉丝买单的超高预售可以锁定上映前两天的排片数,但对破圈出圈、长尾效应依然力有不逮;一些套路化的首映礼沦为营销“预制菜”,真观众大多审慎观望小火慢炖的真口碑。

但这一年,也有许多超越预期的事情发生,给从业者带来新启示。透过数据拆解现象,我们用五个关键词解码中国电影市场新消费——动画新势力、新质生产力、情绪共鸣力、品牌续航力、生态拓展力——这五种力量在 2025 年托举中国电影市场重回 500 亿平台,让电影产业从单一票房经济向多元消费生态转型;也可能在“文化+科技”“人文+经济”的双核逻辑下,在 2026 年继续为中国电影消费提供关键性驱动。

动画新势力

2025 年春天,《哪吒之魔童闹海》势不可挡,以 154.46 亿元内地票房,折合 4 亿多人民币的海外票房冲进全球票房前五,登上 2025 年全球单片票房冠军,全球动画电影票房榜首。不仅“哪吒”一家独大,年度票房前十里,动画电影占四席;国产动画电影全年票房突破 245 亿元,接近全年市场半壁江山。

动画新势力俘获全年龄段受众,中华优秀传统文化显现强大号召力。《哪吒之魔童闹海》《流浪山小妖怪》《罗小黑战记2》《聊斋:兰若寺》等作品,无不从传统文化、神话典故里汲取灵感,融合光影艺术与现代美学,推动中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展。

除了内容为王等创作普遍规律,在被短视频、碎片化娱乐重塑文娱消费习惯的今天,关键在乎长期主义与视听突破这一“慢”“新”。《哪吒之魔童闹海》距离上一部五年有余,《疯狂动物城2》间隔更久,N 年磨一剑与新技术叠加,在动画电影领域意味着打磨更扎实的故事,更恢弘的场面、更灵动的细节。《哪吒2》里近 2000 个特效镜头,“动物城2”里新增的 80 个场景、76 种动物,最终化



2025 年 2 月 25 日,观众在贵阳越影影城 IMAX 影厅内观看电影《哪吒之魔童闹海》(资料图片)。

为无可取代的沉浸式体验,强化了“进电影院看电影”的必要性。

新质生产力

“CINITY 与《阿凡达3》天生一对。”影片的中国首映礼上,导演詹姆斯·卡梅隆点赞中国自主研发的 CINITY LED 放映系统。差不多同时,仇晟创作的《比如父子》公映,这位清华大学生物医学本科毕业生在片中运用到了 AI 技术。一个是堪称全球影业“技术狂人”的名导点赞中国产品,一个是电影专业之外的“小白”在技术加持下转换赛道,背后殊途同归——都是中国电影与新质生产力深度融合的折射。

《中国电影经济发展研究报告(2025)》的策划人孙向辉说:“技术变革驱动影视产业革新,我国新质生产力的蓬勃发展为电影工业的数字化、智能化转型提供了强大动力。”“电影+科技”的全链条融合从制作端到体验端都带来全新变化。

制作端,中国电影产业打破特效制作垄断,虚拟拍摄、AI 生成、云计算等技术广泛应用,上海科技影都的 AI 创制生态中心、浙江德清的博采 AI 虚拟影视基地等新型制作基地应运而生,成为用硬核科技打造中国电影的“未来片场”。创作端,2025 年开机的《流浪地球3》开发了专属 AI 工具,它将全程参与拍摄。从航天员掌镜的纪录电影《窗外》是蓝星》则把中国电影对新技术的探索深入到了太空。放映端,国内首家虚拟现实影院和首家院线坐观式虚拟现实影院先后落地,高新科技让观众观影更便捷沉浸。

情绪共鸣力

电影已被普遍纳入“情绪消费”的一支。谁与观众情感共振,观众为谁买单。这一年,国产电影叙事

模式显著转变,从平民视角切入历史和现实,成为不少创作者的自觉。2025 年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年,一批抗战题材影片将宏大叙事与个体命运紧密相连,用电影语言弘扬人民史观,引发跨越圈层的广泛共鸣。其中,《南京照相馆》聚焦普通人的生死抉择与守望相助,令无数观众动容。

小人物在大银幕上迎来更多精彩。根据马伯庸小说改编的电影《长安的荔枝》,将历史落脚于基层小吏运送荔枝的奔波与挣扎,打工人的喜怒哀乐、荒诞与艰辛,引发现象级话题。异曲同工的是,《流浪山小妖怪》“反神话英雄”路径,“西游”背景下的无名小妖从向往英雄、模仿英雄、遇难后心生退意,到渐渐硬刚邪恶,成为英雄又终究回归平凡,点燃了很多人内心“凡者不凡”的火焰。《戏台》把经典话剧搬上大银幕,寓言式的荒诞喜剧映照的,同样是时代洪流里个体的不甘不屈。

品牌续航力

2025 年全年共 51 部影片在中国市场票房收入过亿。打开这些过亿作品,约 20 部为系列电影,另有约 10 部或有原著 IP、或有一目了然的题材背景。以票房前十为例,《哪吒之魔童闹海》《疯狂动物城2》《唐探 1900》《流浪山小妖怪》《封神第二部:战火西岐》《阿凡达3》《熊出没·重启未来》,可谓集数扎堆。

品牌电影本是电影工业化的标志。它意味着电影创作可以在相对成体系、有着工业标准的流程中进行,是世界上最制造强国的指标之一。而在短视频“前三秒定生死”的注意力争夺战里,品牌电影或者说 IP 化电影,因其能降低认知成本、最短时间找到受众,似乎越来越

被视作“获客”有效手段。

积极地去想,电影品牌续航,能帮助观众根据过往系列品质判断,由情感积淀、审美偏好换来习惯性消费。从国外的“碟中谍”“速度与激情”系列到国内的“唐探”系列,莫不如此。且由 IP 衍生带来的价值全面释放更能为电影带来难以估量的“非票”收入。《哪吒2》衍生品销售超千亿元,《流浪山小妖怪》IP 撬动近 25 亿元各类消费,都是品牌价值的彰显。

但硬币的另一面也不容忽视。沿着相似路径的微创新,观众总有看腻的时候。与其指望“法拉利”了还是法拉利,不如把希望系于原创力,那才是真正的生命力。

生态拓展力

2025 年,不单单是电影衍生品销售、IP 联动成绩斐然,“电影+”消费模式多点开花,释放出巨大增长潜力。

过去一年,“跟着电影去旅游”蔚然成风。《流浪山小妖怪》与山西文旅合作的“流浪山小妖怪山西游记”主题活动,将影片中的取景地——大同善化寺、太原晋祠水镜台、磴口古镇等,转化为一座座可抵达的“流浪山”。《哪吒之魔童闹海》《唐探 1900》《南京照相馆》《志愿军:浴血和平》等影片也为四川成都、山东乐陵、江苏南京、江西上饶等地带来了大批游客。

此外,阅兵直播、音乐会、电竞赛事等“非电影内容”登上大银幕,影院综合文化消费属性显著增强。如果说 2025 年许多电影从业者已认识到“非票”收入是电影经济的重要一环,那么 2026 年的中国电影正在迈入全产业链 IP 价值开发新阶段,电影生态拓展力将是 2026 年一档重要课题。

王彦

国产悬疑剧：缓慢叙事营造长效爽感

特约撰稿人 韩浩月

2025 年,国产剧作为长视频代表,在巩固并提升自身市场地位的同时,也在不断尝试创新,试图以长剧的篇幅优势,更多介入观众的娱乐生活。受短视频影响,国产剧(包括电视剧与网剧)均承受了一定压力。加快更新迭代与创作节奏,更好地适应年轻人的审美需求和观看习惯,成为对国产剧必须跟上时代步伐的一种督促。

在国产剧当中,悬疑剧在过去几年曾占有重要地位。《漫长的季节》《隐秘的角落》等作品曾被广泛关注。就 2025 年的悬疑剧来看,主要出现以下几种类型:古装悬疑探案剧如《唐朝诡事录之长安》《长安二十四计》;硬核刑侦剧如《借命而生》《黄雀》;奇幻悬疑与时空叙事剧如《泉起青壤》《海市蜃楼》;社会派悬疑剧如《漂白》《命悬一生》等。

综合来看,2025 年的国产悬疑剧已进入沉潜期。在风格方面,愈加多元;在表现手法方面,更加纯粹;在创作层面,形成一个堪称“国产悬疑宇宙”的高配团队;悬疑类型则展现出强劲的创新活力与发展势头,走在探索与实践的前列。

受创作脉络、观众欣赏习惯、社会心理需求等因素影响,以写实、纪录、揭示与批判为诉求的社会派悬疑剧仍是创作主流,观众借助这类剧集参与社会议题探讨的意愿仍然强烈。同时,社会派悬疑超越单纯的破案叙事,融入对特定年代历史的追溯、青春爱情的描摹以及对过往的回望与眷恋等复杂情感,它们共同交织、映照出丰富的时代情绪。

以“迷雾剧场”2025 年推出的作品《漂白》《树影迷宫》《命悬一生》为例,可以观

察到社会派悬疑剧的进化过程:剧作的文学性,已由最初强烈的风格化凸显,渗透到剧作的外象与内里,文学性的融入显著提升了剧作的影像质感,使其进入新的美学境界——《漂白》的暗色系与冷视觉,使剧作始终保持紧张感,让观众得以在动荡幽冷的气氛中窥见人性的微光;《树影迷宫》的光影运用与空间衬托,使人看到唯美画面背后的时代暗流;《命悬一生》以特写镜头细腻呈现角色表情与情感,并用全景镜头强化人物与时代之间深刻的关联,更为真实地呈现了“残酷青春”叙事。

通过上述剧作可以看出:“小城”作为被遗忘的角落,仍是社会痛点的聚集地,这些剧作延续了以小城为背景的传统,坚持把“小城”作为透视社会万象的棱镜;“东北文艺复兴”的叙事版图在全线扩展,对过往的追问与对未来的追求不断交叉到,“向往明亮”成为剧作与现实的共同目的地;缓慢叙事逐渐成为制造剧“爽感”(尤其是长效爽感)的主要手段,它摒弃了依赖强刺激的即时快感,转而通过细腻铺陈、氛围营造和情感沉淀,让观众在持续投入中获得更深层次、更持久的满足感。

这一愈加鲜明的创作倾向,正引导长剧向“深阅读”式体验转型——毕竟,给予受众直抵人心的深刻触动与灵魂层面的震撼体验,是优秀文艺作品所追求的至高境界。

2025 年年末播出以及将要播出的悬疑剧,如《罪孽2》《人之初》《剥茧》《风过留痕》等,将继续承担观众的期待,亦肩负长视频在碎片化时代的重任,提供观察社会与时代的一个视角,期待它们能够引领长视频走向更为开阔的领域。

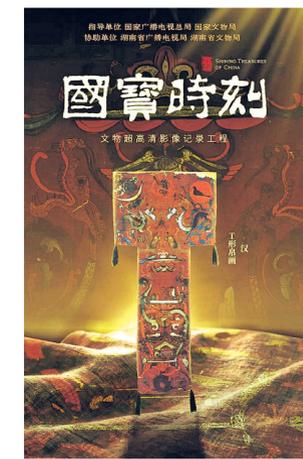
微纪录片《国宝时刻》——光影存史 科技续脉

近期,由国家广电总局和国家文物局联合指导的百集微纪录片《国宝时刻》在全国省级卫视、广电新媒体矩阵以及网络平台同步播出。该片作为文物超高清影像记录工程成果,联动全国 31 家省级广播电视台及文博单位,遴选 100 件文物进行拍摄,透过文物的纹样、铭文、铸造与成型技艺这些“小切口”,展现文物背后的历史图景。

在超高清镜头下,青铜器的纹饰不再是模糊的暗影,而成为可辨可读的文明语汇;马王堆帛画的色彩不再凝固于玻璃展柜之内,而以流动的光影重现其绚烂;陶瓷的莹润、玉器的光泽、金饰的辉煌,都在精密的光线调度与数字复原中被重新点亮。《国宝时刻》用视听语言讲述文物故事,用超高清技术赋能文化传承,将保存在博物馆中的历史资源转化为全社会共同的精神财富。当千年文物穿越时空“走进屏幕”,既能提升知识层面的认知,更能激发情感层面的共鸣。

用“不到两张 A4 纸的厚度,一个半鸡蛋的重量”描述蛋壳黑陶高柄杯的精致;借助 AI 技术让广彩人物纹大碗上的各色人物动起来;通过王玉琮的介绍,展现五千年前良渚古国已具备的复杂文明结构——从文案写作到现场实拍,从特效包装到配音配乐,《国宝时刻》的每一道工序,都体现着制作之匠心与表达之鲜活。

“第一次如此清晰地看到国宝文物的细节,动画制作精致,讲解细致入微”“一期



了解一件国宝,很棒”……观众在弹幕中惊叹文物纹饰之精妙,在评论区交流故事背后的历史,在社交平台上自发传播节目片段。当亿万观众在屏幕前为一件文物“驻足”,为一个文明瞬间感动,这种共享的情感,这种静默的共鸣,这种不约而同的凝视,本身就是我们这个时代最珍贵的文化景象。

周迪

元旦档带来今年电影“开门红”

《用武之地》等现实题材力作彰显家国情怀,《过家家》等喜剧电影轻松温暖,悬疑电影《误杀》紧张刺激,奇幻电影《寻秦记》怀旧拉满……2026 年元旦,全国电影院热闹非凡。根据灯塔专业版数据,截至 1 月 3 日 21 时,元旦档(1 月 1 日-1 月 3 日)总票房达 7.36 亿元,观影人次达到 1857.3 万。

整体表现超出预期

元旦档新片数量众多,题材多元,类型覆盖悬疑、动作、爱情、喜剧、动画等,既有现实题材的深沉叩问,也有经典 IP 的情怀续写,更有主演形象的突破尝试。

猫眼专业版分析师认为,整体上看,今年元旦档表现超出预期。2025 年 12 月 31 日的观影人次达到 538 万,大量观众选择在影院跨年,这份仪式感助推了元旦档的市场热度。元旦档第一天、第二天的大盘分别达到 3.38 亿元和 2.64 亿元,成绩喜人;1 月 3 日的大盘也已破亿。元旦档为 2026 年的电影市场开了一个好头。

众多影片中,《误杀》《寻秦记》《用武之地》3 部国产影片分列元旦档新片票房前三名。《误杀》延续了导演柯汶利“杀”系列层层反转和现



电影《过家家》宣传海报。

实关怀的特色,将悬疑片类型叙事做到极致;《寻秦记》集结电视剧原班人马,主打情怀牌;《用武之地》通过讲述境外人质的极限自救经历,展现了普通中国人在绝境中的勇气和力量。

与观众建立深层次情感连接

与以往元旦档主打轻松欢乐的喜剧片不同,今年元旦档新片票房前

三名《误杀》《寻秦记》《用武之地》都不是合家欢作品。三部影片分别从悬疑、经典 IP 续作和现实主义三条路径与观众建立深层次情感连接。

“柯汶利延续了《误杀》的镜头语言,场景处理极具冲击力。片中地上与地下两个世界,冷暗色调的运用、乌鸦面具下的复仇等桥段充满象征意味,带来的惊悚感和感染力都非常强烈,这在国产影片中是很少见的。”影评人井润成说,影片强冲突的情节,刺激感十足

的视听、有点猎奇色彩的故事都大大满足了观众需求。在一众新片中领跑元旦档不算意外。

古天乐、林峯等主演的《寻秦记》,让人看到了经典 IP 的市场号召力。井润成分析,电视剧版《寻秦记》是 2001 年的作品,时隔 24 年续集电影才上映,票房还能在同档期新片中排到第二,证明“情怀杀”还是有效的。“这部电影最大的看点就是有很多和当年剧版呼应的桥段,如所有师徒二人回忆的段落都直接找来了原电视剧的片段,直接把情怀摆在你眼前。对于很多电视剧粉丝来说,这是个很美好的完结。”

两部“老片”带动大盘

相对于几部新片,带动元旦档大盘的主力还是《疯狂动物城2》和《阿凡达3》两部“老片”。“这两部影片在档期内的累计票房占比超过了 55%,档期内连续三天分别稳居单日票房冠军。尤其是《疯狂动物城2》,在元旦当天的单日票房就突破了 1 亿元,《阿凡达3》在当天的票房也超 8000 万元,充分说明了两部老片强大的票房号召力和长线效应。”赖力说。

袁云儿

动画短片集《中国奇谭2》——以中式奇想编织寓言故事

新年伊始,中式奇幻动画短片集《中国奇谭2》在哔哩哔哩全网独家首播。12 位青年导演以九部风格各异的短片共同拓展“奇谭宇宙”的艺术表达边界,以中式奇想编织寓言故事,在东方美学里藏尽现实深意,为观众带来一场融合视觉享受与现实思考的跨年文化盛宴。

无论是《如何成为三条龙》还是《耳中人》,元旦当天率先亮相的两部短片,与《中国奇谭》一脉相承,延续其“传统文化,当代表达”的创作内核,探索经典文化意象的现代转译,细腻刻画当代人的情感与思考。其中,《如何成为三条龙》以“蛇化龙”这一东方神话意象为切入点,巧妙映射“身份认同”议题,以“小蛇审视龙王”的设定,传递尊重个体、打破成长桎梏的主题。取材于《聊斋志异》的《耳中人》,则突破原作叙事框架,将“内心欲望”具象化为耳妖,通过书生与“耳中人”的博弈,完成对自我欲望的直视、对话与和解。作品犀利地指向当代人普遍面对的“如何接纳真实自我”的生命课题,引人共鸣。

在内容紧贴现实的同时,《中国奇谭2》在艺术呈现上也再次大胆尝试,首播两篇以迥异的风格,展现出中式美学丰富的表现力。《如何成为三条龙》采用明快细腻的手笔国风,以清新色彩和灵动线条营造出治愈温暖的视觉氛围,让观众轻松代入



三条小蛇充满童趣与希望的成长之旅。作品还将国家级非遗戏曲元素巧妙融入叙事,让传统艺术在动画中焕发新生。《耳中人》升级了动画语言,并打造出独树一帜的视听质感。短片刻意保留如老电影胶片般的颗粒感,在二维画面中创新模拟长焦镜头的景深效果,通过细腻铺陈营造出迷离恍惚的奇幻氛围,与书生内心的孤寂挣扎形成呼应。

孙佳音