



五大因素焕新

解码中国电影消费新生态

1月1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……

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影史前五,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,关键的还在乎长期主义与视听突破这一“慢”

一“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《比如父亲》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耦合的折射。

《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。”

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。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。由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”

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。

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,

小人物在大银幕上迎来更多精彩。根据马伯庸小说改编,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,点燃了许多人内心“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》,可谓续集扎堆。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,是世界上电影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、最短时间内找到受众,似乎

越来越被视作“获客”有效手段。“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。随着相似路径的微创新,观众总有看腻的时候。与其指望“法拉利老了还是法拉利”,不如把希望系于原创力,那才是真正的生命力。

生态拓展力

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。“跟着电影品美食”的风潮里,沪语电影《菜肉馄饨》吸引不少观众跟着电影故事开启城

市漫步、品味上海美食、感受上海老字号。去年金秋,上海“梧桐影巷”在徐汇区揭幕,汇聚“电影+书店”“电影+餐饮”“电影+演出”“电影+展览”“电影+体育”等多种新消费业态,让电影与城市消费深度融合。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。 据新华网

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、碛口古镇