

2025 中国电影关键词

■文/本报记者 李鑫钧 鲍文娴

◎ 总书记重要回信

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平7月10日给田华等8位艺术家回信,向田华等8位电影艺术家致以诚挚问候,对电影工作者寄予殷切期望、提出明确要求,充分体现了党中央对广大电影工作者的亲切关怀、对电影工作的高度重视,是对宣传思想文化战线的极大鼓舞和有力鞭策。总书记重要回信具有很强的思想性、指导性和感染力,为推动电影高质量发展、建设电影强国提供了遵循。

◎ 中国电影120周年

120年前,京剧大师谭鑫培主演的《定军山》掀开了中国电影的序幕。一个多世纪以来,中国电影历经风雨,以其独特的魅力和强大的生命力见证着时代的变迁,承载着中华民族的文化记忆与精神追求。中国电影在习近平文化思想的指引下,正乘势而上、善作善成,谱写新时代电影繁荣发展的华彩篇章,为强国建设、民族复兴伟业作出新的更大贡献。

◎ 抗战胜利80周年

在纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年之际,抗战题材影片《南京照相馆》《731》跻身年度全国票房前五,另有《得闲谨制》《东极岛》《山河为证》《营救飞虎》《红丝绸》(中俄合拍)《生还》《赛德克·巴莱》(上、下)等影片公映,为纪念抗战胜利80周年营造浓厚的氛围。

◎ 518.32亿元

2025年中国年度电影总票房518.32亿元人民币(折合71.99亿美元),同比增长21.95%,稳居全球第二,仅次于北美市场的87.71亿美元,更远高于全球票房第三到第五位的日本(17.27亿美元)、英国(14.60亿美元)、法国(11.80亿美元)。

◎ 79.67%

2025年国产影片票房占全国总票房79.67%,为412.93亿元,全年票房过亿的国产影片达33部。国产影片票房连续五年占全国总票房超75%。

◎ 12.38亿人次

2025年全国城市院线观影人次为12.38亿,同比增长22.57%,远高于北美市场的7.8亿人次。此外,我国全年开展电影公益放映801万场,观影人次约3.94亿。全年三、四线城市票房较2024及2023年稳步提升,占比达47.5%。

◎ 154.46亿元

《哪吒之魔童闹海》以154.46亿元人民币票房登顶2025年全球票房冠军,打破好莱坞对动画电影纪录的长期垄断,成为全球影史动画票房第一与总票房第五的影片。

◎ 95.1亿元

春节档《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《封神第二部:战火西岐》等影片创造95.1亿元票房,刷新中国影史春节档票房纪录,其中《哪吒之魔童闹海》档期内斩获48.39亿元,《唐探1900》22.78亿元,《封神第二部:战火西岐》9.97亿元。

◎ 53.45亿元

2025贺岁档以超50部影片的供给推动票房达到53.45亿元,跃居中国影史贺岁档票房第二位,创近8年同期新高;观影人次达到1.33亿,同比激增74.3%。《疯狂动物城2》与《阿凡达3》票房合计44.11亿元,《得闲谨制》以3.80亿元票房、7.1%的占比位列第三。

◎ “电影+”

在国家电影局的号召下,“跟着电影去旅游”“跟着电影品美食”“跟着电影游中国”“跟着电影赶大集”“跟着电影做科普”“跟着电影做公益”“跟着电影去恋爱”“跟着电影来运动”等活动让电影魅力突破银幕边界、融入生活之中,得到各行各业的积极响应,“电影+文物”“电影+文创”“电影+展览”等全新融合模式亦在持续探索、不断涌现。

◎ 中国电影消费年

国家电影局、中央广播电视总台启动“中国电影消费年”,充分发挥电影对提振社会消费的积极带动作用,推出一系列电影消费惠民活动。中国工商银行、中国建设银行、中国银联、猫眼、淘票票等主要支持单位,围绕重点档期电影消费季投入超过10亿元观影优惠补贴。

◎ 长期主义

以《哪吒之魔童闹海》为标志,中国电影行业持续转向内容深耕、IP长线运营、全产业链价值挖掘的发展理念与实践路径,用长期价值构建可持续的电影生态。创作上做系列化IP与精品内容,投资上注重“养生态”,培育“耐心资本”向内容、技术、人才长期布局,产业上跳出“票房依赖”而铺开“电影+”的全产业链价值,释放IP长尾影响力。

◎ 电影编剧周

2025年5月,首届夏衍电影编剧周荣誉颁授仪式在杭州钱江新城举办,中国电影文学最高荣誉“夏衍杯”迎来全新升级,以“剧力破茧 本为成蝶”为主题,汇聚全国顶尖编剧、影视企业及学界代表,现场揭晓49部获荣誉剧本,并促成7部作品签约孵化。

◎ 中国电影新力量

2025年,青年导演作为中国电影新力量,以多元作品展现亮眼成绩:除执导影片居年度票房前十名的导演饺子(《哪吒之魔童闹海》)、戴墨(《唐探1900》)、申奥(《南京照相馆》)、於水(《流浪山小妖怪》),还有刘露凭《流浪人生》收获4.57亿元票房,万力与佟志坚分别凭《震耳欲聋》和《毕正明的证明》成为10月犯罪片内地票房冠军等等。中国青年导演正以“传承+创新”的姿态成为行业的中坚力量。

◎ 分线分区发行

在按类型、受众做分线差异化发行的同时,中国电影同时探索分区发行,进一步解决传统“一刀切”发行带来的资源错配。如《山河为证》《天宝》《遥远的普若岗日》《新三峡》《火种》等登陆人民院线;《菜肉馄饨》率先在江浙沪地区上映赢得好口碑;《胡阿姨的花园》《百川东到海》《象山发光事件》《风起前的蒲公英》《潮》等影片则通过全国艺术电影放映联盟与观众见面。

◎ 动画电影

2025年动画电影票房约252.73亿元,占比近全年总票房一半;全年总票房排行榜前十位中,动画电影占据三席(《哪吒之魔童闹海》《流浪山小妖怪》《熊出没·重启未来》)。此外还有《聊斋:兰若寺》《时间之子》等口碑佳作。海外成绩也十分亮眼,《哪吒之魔童闹海》海外票房6900万元,《罗小黑战记2》海外票房284万元。

◎ 纪录电影

2025年中国纪录电影扎根时代现实与历史纵深,以创新表达与成熟发行模式占据市场重要席位。《您的声音》聚焦北京12345热线服务人民,《窗外是蓝星》在科技中融入人文温情,《山河为证》以珍贵史料全景呈现抗战史诗,《地上的云朵》跟拍谱写中国新疆棉农的田园诗,还有《新三峡》《伟大征程》《父辈的天空》《永无止境》《回农村干大事》《隐者山河》《上学路上之山海无阻》等多元题材影片与观众见面。

◎ 虚拟现实电影

2025年,国家电影局将虚拟现实电影纳入管理体系,《唐宫夜宴》拿到首个虚拟现实电影“龙标”。西部电影集团打造西安XR电影产业基地,河南广电大象元以《唐宫夜宴》《隐秘的秦陵》拿下首批虚拟现实电影龙标并布局近百家XR影厅,北京798文化产业园落地“超维视界”沉浸式放映空间,构建起从内容、技术到落地的完整生态。

◎ 电影出海

2025年国产电影年度票房前20位的影片有15部实现海外上映,中国电影海外票房超10亿元人民币。《哪吒之魔童闹海》将东方神话与国风美学传递至全球超40个国家和地区,《封神第二部:战火西岐》展现中国上古神话;历史与现实题材影片成为讲好中国故事的重要窗口,《南京照相馆》在海外市场撬开主流话语空间,让民族集体记忆跨越语言与文化壁垒在欧美市场引发深度共鸣;《唐探1900》《射雕英雄传·侠之大者》等也刷新海外对中国优秀类型片的多样认识。

◎ 国际奖项

2025年中国电影在国际影坛斩获颇丰,例如毕赣凭《狂野时代》获戛纳电影节主竞赛单元评委会特别奖;蔡尚君执导的电影《日掛中天》获威尼斯电影节主竞赛单元最佳女演员奖,辛芷蕾成为第三位获该奖项的华人演员;导演张律凭借电影《春树》斩获第38届东京国际电影节主竞赛单元最佳导演奖,演员王传君亦凭该片摘得该电影节主竞赛单元最佳男演员奖等等。

◎ 电影衍生品

电影衍生品全面走向“多品类覆盖+精细化运营”,打破行业壁垒,以实用属性与情感价值延长IP生命周期,例如《哪吒之魔童闹海》与库迪咖啡推出联名饮品,《疯狂动物城2》与泡泡玛特合作推出盲盒,《流浪山小妖怪》自研文创品牌共推出200多款衍生品,《罗小黑战记2》周边产品累计销量近14万件。

◎ 跨城观影

中国电影市场掀起“为一屏,赴一城”的跨城观影热潮,其中贵阳、东莞、哈尔滨、台北、北京、昆明的商业IMAX GT激光影厅尤其成为影迷心中的“光影圣殿”,贵阳越界影城在《哪吒之魔童闹海》热映期间吸引无数影迷跨省打卡,哈尔滨哈尔滨万达影城借《疯狂动物城2》与冰雪季双重热度,吸引55%的外地游客前往观影。

◎ 4D观影

4D观影在2025年开启热潮,《疯狂动物城2》4D版本以颠覆性的多感官特效创造一票难求的景象,上海多家影院ULTRA 4DX厅的《新·驯龙高手》上映一个月后周末黄金场次仍满座。网友将4D观影比作“花一张电影票的钱,体验两小时游乐园”。

◎ CINITY LED

中国电影LED放映技术迈入全球领先梯队。暑期档CINITY LED专属制版影片达28部,票房同比增17.6%,观影人次增23.4%,场均人次高于大盘117.5%;北京、洛杉矶双制版中心已为133部影片制作CINITY LED版本;中影科技以CINITY LED在上海科技馆中标全球首个LED科技馆巨幕项目。