



2026 文化强国建设高峰论坛 电影业高质量发展论坛在深圳举办 聚焦精品创作与电影经济 共探电影业高质量发展路径

■文/本报记者 李佳蕾

5月22日,2026文化强国建设高峰论坛电影业高质量发展论坛在深圳举办。中宣部电影局主持日常工作的副局长毛羽,深圳市人大常委会副主任、市总工会主席高圣元,中宣部电影局副局长、中国电影资料馆(中国电影艺术研究中心)馆长(主任)秦振贵,中宣部电影局副局长卫南出席论坛,中国电影资料馆(中国电影艺术研究中心)副馆长(副主任)陆亮主持论坛并作总结。

本次论坛设置“打造电影精品力作”“大力培育电影经济”两个主题发言板块及两场对谈。9位发言嘉宾,既有艺术家,也有企业家,还有管理者,他们结合自身实践与经验,为“十五五”期间电影业的高质量发展建言献策。

从创作理念到组织保障 服务打造电影精品力作

“优质影片本身就是最好的硬通货”,上海电影集团有限公司党委书记、董事长王隽表示,如果说优质内容是产业发展的根基,那么精准宣发便是触达观众的关键通路。上影持续根据不同影片的类型特点,精准施策,践行“一片一策”差异化发行策略,如“电影《菜肉馄饨》深耕长三角市场,以0.7%的排片撬动24%的上座率,拿下上海市场20%的票房”。

一部中国武侠片,为何能征服海外市场?导演、编剧俞白眉在分享《镖人:风起大漠》时给出答案。他指出,武侠与当下年轻观众存在距离,关键在于找到具有现代性的主题来实现关联。“我们的主题从不确定性开始,着眼于人、落脚于人,凝练出每个人努力地、笨拙地进行着对自由的追求。”最终影片全球票房超2.16亿美元,“烂番茄”新鲜度97%。俞白眉说:“希望在电影面临越来越多不确定性的年代,用真刀真枪,让武侠片的火种延续下去,让这张中国名片被全世界人民喜欢。”

电影《给阿嬷的情书》上映20天,票房突破6亿元,连续多日登顶单日票房冠军,在口碑发酵中一路逆袭,成为一匹市场“黑马”。这封来自潮汕的“情书”,何以打动如此多观众?导演、编剧蓝鸿春结合十年“潮汕家庭三部曲”的创作之路,给出了一个朴素的信条:“真实是作品的生命线。”为拍摄《给阿嬷的情书》,团队走访300个海外华人家庭,又花半年在东南亚考古历史细节——百年前电影票价格、三轮车牌照规则、华文学校的办学艰辛。正是这份求真务实,“让我们的每一部作品都褪去悬浮滤镜,饱含人间烟火,也让纯粹真诚的本土故事,能够跨越地域,打动人心。”

地方党委政府如何组织革命历史题材影片创作?中共贵州省委宣传部常务副部长谢念以电影《四渡》为例作答。他强调,要充分尊重电影创作者主体地位,“坚持‘指导不主导、把关不包办、服务不干预’”。在此原则下,影片历时四年打磨,坚持“大事不虚、小事不拘”,构建双线叙事、双向对照的艺术结构。在组织保障上,贵州“构建省市县三级联动、多部门协同共抓的拍摄保障格局”,最终提前11天杀青。宣发方面,打造“跟着《四渡》游贵州”品牌,推出票根免门票联动消费折扣等惠民政策,实现影旅融合赋能。影片将于6月9日在贵州首映,6月26日全国上映。

从理论建构角度,中国电影家协会分党组书记、驻会副主席邓光辉强调“理论·在现场”——电影理论要贴近产业、贴近创作,回答电影发展之问,回答人民对电影的精神需求之问。他表示,电影理论是党的文化创新理论的重要组成部分,其科学建构和转化运用直接服务于电影事业的高质量发展。影协通过“主旋律拓展、艺术性创新、类型化培育”评奖主旨;坚持“学术立会”,构建常态化、品牌化理论工作体系,保持学术引领的地位;深入《1840》《澎湖海战》《四渡》等重点影片拍摄现场学习调研,让电影理论成为推动电影创作从“自发”走向“自为”,赋能创作生产机制建设的关键力量。

从技术升级到跨界共生 大力培育电影经济

影院还是那个只放电影的地方吗?华夏电影发行有限责任公司党委副书记、总经理任月的答案是:不止。华夏电影在北京打造了全国首家全高帧LED影城,亮度是传统激光投影的3倍,单厅票房比同区域传统影厅高出25%。在硬件升级的基础上,影院还拓展了

“超现场”模式——直播中超、英雄联盟等赛事以及话剧、歌剧等艺术演出,“赛事直播等活动为影院带来的非票房收入占比超过15%,其中主套餐饮、周边商品的销售额同比增长180%,同时票房收入也有所提升”。

“中国的IP市场仅商品零售就有近1800亿元的规模,而电影IP衍生品的产值,仅为电影票房收入的1/9。”猫眼娱乐高级副总裁、猫眼影业总裁张博用一组数据点明IP生意的巨大潜力。为此,猫眼在深耕IP内容开发的基础上,创新IP宣发形态——《罗小黑战记2》与朝阳文旅合作打造“游园”活动实现“破圈”;《熊猫计划》的IP形象“胡胡”绑定云南文旅,推出机械熊猫与真人互动。

“影视动漫IP与高科技文旅的融合,正是体验经济在文化产业中最具代表性的实践范式。”华强方特集团执行总裁尚琳琳介绍,依托创意设计和设备研发能力,华强方特摸索出电影IP情感资产价值兑现的“方特模式”:电影将故事植入观众心中,观众带着情感走进高科技文旅项目,在沉浸体验中成为故事的一部分。目前,华强方特在全国自主开发建设运营40多个高科技文旅项目,游客接待量连续两年全球第二,《熊出没》系列电影总票房超96亿元,发行至130多个国家和地区。

一个“电审虚字001号”龙标,标志着虚拟现实电影从技术实验走向文化实践。河南广播电视台党组书记、台长王仁海介绍,河南广电出品的《唐宫夜宴》获得这一编号,并已构建数字资产平台、自主研发奥映-EEASTEN系统,在西安、郑州落地“奥映未来XR沉浸空间”,采用院线制模式运营。他表示,虚拟现实电影要实现“精品化”与“产业化”双向奔赴,“内容立身是前提,市场回报是保障”。

中影集团连续十八年荣膺 “全国文化企业30强”

本报讯5月21日,光明日报社、经济日报社联合发布2026年度“全国文化企业30强”榜单,中影集团再度上榜,连续十八年稳居榜单之列,持续领跑文化影视行业。

中影集团坚持以优质作品讲好中国故事、弘扬时代精神。2025年,中影创作出品影片39部,5部入围年度国产片票房前十;中影出品影片累计票房146亿元,斩获华表奖、金鸡奖等151个国内外奖项,实现了文化传播、价值引领与市场效益的有机统一。在创作布局上,中影坚持导向性与创新性并重、历史纵深与类型探索并行。一方面,以重点题材影片承载主流价值、记录时代发展,让正能量、主旋律通过影像深入人心、广泛传播;另一方面,持续拓宽创作视野、创新类型叙事,以多类型多题材优质作品为观众带来更多元的观影选择。

围绕中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年重要节点,中影主出品电影《南京照相馆》,以悲怆但克制的镜头回眸历史,凝聚“以史为鉴、开创未来”的民族共识,取得国内票房超30亿元、海外票房近550万美元,成为暑期档票房冠军、年度国产片票房第三,位居年度国产电影口碑榜首。电影《志愿军:浴血和平》聚焦抗美援朝战争谈判的747天,以“不忘”致敬英雄之不朽,让历史记忆庄重可感、直抵心灵,获国庆档票房冠军并居档期观众满意度榜首,“志愿军三部曲”史诗完美收官。匠心打造京剧电影《满江红》《红鬃烈马》,举办京杭大运河沿线京剧电影巡回展映活动,让传统艺术融入百姓生活、绽放时代光彩。

在科技对文化产业高质量发展推动作用日益凸显的2025年,中影持续深耕电影技术研发,打造以CINITY为核心的高格式技术体系,推动科技创新与产业创新深度融合。中影集团牵头实施国家重点研发计划的多项成果获得2025年中国电影电视技术学会科技进步奖一等奖。CLED高格式电影放映系统推出全透声屏,三款型号通过DCI最新认证,填补了直显放映技术的全球空白,实现从“技术跟跑”到“换道领跑”的跨越式发展。尤为令人关注的是,CLED影厅票房从2024年的不足千万元,飙升至超过8100万元,同比增幅高达738%;影厅数量也从18个迅速扩张至67个,验证了观众与市场对高格式电影技术的青睐。

CINITY作为全球唯一拥有好莱坞影片专属LED制版能力的品牌,已在北京、洛杉矶建立了两大制

版中心,海外开业和在建CINITY影厅26个,成为中国电影技术走出去的耀眼名片。随着支持4K、120帧高规格拍摄CINITY camera完成研发并正式投放市场,中影已成功构建起覆盖“拍摄—制作—放映”的中国高格式电影全产业链,为未来中国电影在全球范围进一步实现“换道领跑”夯实了坚实基础、构筑了先发优势。同时,科教品牌CINITY science已在全国5家科技馆安装落地,其中上海科技馆CLED巨幕厅于今年1月开映,成为目前全球最大CLED巨幕影院。

在中国电影从单一票房经济向多元生态经济迈进的关键转型期,中影积极主动服务国家战略,持续深耕电影发行主渠道,丰富市场供给、激活观影热情,当好电影产业建设与电影经济发展的“领头羊”。2025年,中影共发行国产和进口影片616部,实现票房366亿元,超过全国票房总额的78%,服务全国市场的能力进一步增强。进口影片《疯狂动物城2》以1.09亿观影人次刷新纪录。中影网络部署影院近万家,高速传输单片不超过2小时,为电影市场的扩容、创新、增效提供了有力支撑。中影国际影城大力拓展餐饮、娱乐、文创服务,加速向多元文旅消费空间转型升级。

为全面深化“电影+”发展布局,中影落地主题预约放映超1.63万场,歌剧院展演、精品文体赛事等影院特色直播活动2000余场,“此时此刻——中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年直播进院线”覆盖百余家影院,万名观众参与。今年以来,中影进一步探索校园、武警、社区等多放映场景,联合中国人



权发展基金会推广“优秀影片进校园”与“我为家乡送电影”公益项目,联合小红书在四川峨眉山打造特色观影体验“云顶放映厅”,联合京东举办“跟着电影逛市集”等消费联动活动,让优秀影视文化走进校园、扎根社区、温润民心。

在国际文化传播方面,中影在中国香港、夏纳、AFM等国际电影节期间设立“中国电影联合展台”,组织70余家内地电影机构、200余部优秀国产影片参展,让世界通过光影看到一个真实、立体、全面的中国。此外,中影承办2025年大阪世博会中国馆19项展陈的音视频制作工作,以精湛的视听语言向世界展示中国形象,给各国游客留下深刻印象。(李霆钧)

(上接第1版)

参与推介的国产影片中,既有《澎湖海战》《四渡》《爱是愤怒》《三国第一部:争洛阳》《大圣崛起》《今晚正好》《我看见两朵一样的云》《平安的女儿》等已经定档的影片,也有《澎湖海战》《欢迎来到龙餐馆》《转念花开》《蛮荒禁地》《魔方小姐》《神探之痕迹》《群星闪耀时》《逆风而行》《狼家伙》《旺铺开业指南》《火星计划》《千里江山图》《守阙者》等备受期待的项目,还有《年会不能停2!》《一点就出发》《无名之辈:意义非凡》《“骗骗”喜欢你2》《寒战1995》《重生2》等国产电影续作,以及《姜少将》《八仙!》《小猪佩奇·完美假期》《大唐妖探》《西游记真假美猴王》《包公传-铡美案》《钟

魂》等动画影片。进口影片方面,《我们意外的勇气》《偷偷喜欢你》《乒乓男孩》《空姐复仇记》《松菇村》《74日》等来自中国台湾地区的影片和《记忆碎片》《诺曼底72小时》《错过告白》《心犬相随》《家祉服务》等国外影片也在会上进行推介。

推介会上,覆盖240个城市、3370家影院的全国艺术电影放映联盟带来了《我和我的母亲的疼痛》《一个夜晚与三个夏天》《地下美人》《台风经过》等12部艺术影片,覆盖4600余家合作影院的人民院线,以及《姜少将》《续范亭将军》《马兰花开的声音》《草原之子》4部影片,分别延续着在艺术电影放

映和主旋律影片推广领域的分线发行探索。

本届推介会由中国电影发行放映协会、中国电影制片人协会、全国电影院线主办,福建省电影局、厦门市电影局、集美区人民政府支持,中共集美区委宣传部、厦门广播电视台集团、福建省中兴电影院线有限责任公司承办,福建省电影发行放映协会、厦门市电影家协会、中国-金砖国家新时代科创孵化园协办,厦门文广传媒集团有限公司执行,中国电影资料馆、《大众电影》杂志社有限公司作为特邀合作单位。推介会期间还举办了影视产业供应链展、福建单元展示及厦门影视产业招商对接会等活动。

