

2025年 那些难忘的电影瞬间

对普通观众而言,2025年的电影市场高光不断。从火爆开年的《哪吒之魔童闹海》(《哪吒2》),到刚刚创造了近八年票房新高的热闹贺岁档(11月28日—12月31日),这一年,超过12.2亿人次走入影院。

对中国电影而言,2025年亦不平凡,从《定军山》出发,中国电影步入百廿芳华。风采万千的银幕、创新突破的技术、日益扩容的“电影+”生态……中国电影在双甲子之年留下了一份充满生机和想象的光影印记。



动画电影屡创纪录

2025年中国电影的“巅峰时刻”,属于动画电影。

年初《哪吒2》横空出世,登顶全球动画电影票房榜;暑期档《浪浪山小妖怪》破圈逆袭,创下了国产二维动画纪录;年底,动画电影持续“疯狂”,《疯狂动物城2》不仅刷新中国影史进口动画票房纪录,更成为中国首部观影人次破亿进口电影。动画电影以全年突破250亿元票房的成绩,撑起了总票房的半壁江山。

动画电影为何爆款频出?“核心还是在优质内容。”福建某院线区域经理黄先生认为,今年动画作品,不仅创下亮眼的票房成绩,更在艺术表达、产业生态与情感连接上展现出新的面貌。

以创造历史的《哪吒2》为例,在《哪吒之魔童降世》爆火后,饺子团队用5年时间精心打磨。“重要的是把故事讲好,把画面做到极致。”“拼了命也得让观众满意。”正是这种耐住寂寞、追求极致的“死磕”,带来了今年动画电影的集体爆发。

《中国奇谭》系列首部动画电影《浪浪山小妖怪》,将《西游记》里的师徒四人推至故事边缘,讲述了发生在“平行时空”的全新“成长”故事。“‘浪浪山’的核心突破,在于以当代语境对传统文化进行创造性转化,完成了从经典文学IP中孵化原创IP的创新探索。”上影元相关负责人介绍。

此外,“人妖共存”的《罗小黑战记2》、志怪与悬疑结合的《聊斋:兰若寺》、东方科幻题材的《时间之子》、关注环保的《熊出没·重启未来》……一部部口碑之作跨越时空长河,关注层次丰富的议题,构成了今年动画电影多元化的高品质表达。

“观众走进电影院,首先是想要看到一个好故事。”中国电影博物馆研究部(电影史研究所)负责人、研究员刘思羽说,“好故事一定能直抵人心、触动心灵。”

从观影结构来看,动画电影早已撕下“低幼”标签,覆盖全年龄人群。《哪吒2》30—39岁、40岁以上的观众占比高于大盘均值;《浪浪山小妖怪》在暑期圈粉小朋友的同时,也让“打工人”照见了自我的职场人生;而正在热映的《疯狂动物城2》,灯塔数据库显示,20—29岁人群的占比高达48.6%。动画电影正在成为成年观众投射现实处境与情绪的内容载体。

《疯狂动物城2》的票房成功,则离不开对IP的持续深耕——迪士尼通过主题园区、联名合作、衍生品开发等方式,让“朱迪与尼克”的形象深入人心。

强档期背后的观影“密码”

2025年,多部票房与口碑双丰收的作品出现在热门档期。

春节档的《哪吒2》为全年迎来开门红。国家电影局数据显示,2025年春节档电影票房为95.10亿元,观影人次为1.87亿,创造了新的春节档票房和观影人次纪录。年末冲刺的贺岁档,总票房突破50亿元大关,创近八年来同期票房新高。

在开年春节档的提振下,2025年的各大档期各具特色、充满活力,共同勾勒出中国电影的全年精彩。

暑期档《浪浪山小妖怪》《南京照相馆》《长安的荔枝》等佳片云集,不断掀起观影热潮,国庆档《志愿军:浴血和平》的家国情怀引发大众共鸣……纵观2025年

的“大爆”影片,几乎都出现在热门档期。

“主旋律题材电影、动画电影表现亮眼,多个重要档期内诞生爆款影片,以超预期的票房表现助力全年大盘不断抬升。”猫眼娱乐市场分析师赖力总结2025年电影市场特点时说。

热门档期之“热”,其中重要原因是伴随着传统节日和假期,节日气氛、聚会需求促使更多观众集中走入电影院。中国电影家协会副主席、编剧张冀认为,与在电视、手机上观影相比,走进电影院看电影是更具仪式感的形式,“人们对仪式感的追求,也是春节档如此火爆的原因,观影已经成为了新年俗。”

“电影+”深度链接文化消费

在“天然影棚”厦门,随着第38届中国电影金鸡奖的举办,多处影视剧拍摄地再次登上“热搜”——电影《西虹市首富》取景地厦门环岛路、电影《疯狂的赛车》取景地镇邦路骑楼……社交平台上的攻略、笔记,吸引大量游客拍照打卡,显著带动厦门的旅游消费。

《浪浪山小妖怪》上映后,影片中出现的永安寺、佛光寺、磻口古镇、山西晋祠等地的网络搜索量激增,片方与山西文旅联动,把古建景点转化为电影中的“取经任务线”;《长安的荔枝》热播后,旅游平台上西安至广州的出行人数出现明显增长;《志愿军:浴血和平》也带动了拍摄地江西上饶影视基地客流量增加。跟着电影去旅行,是“电影+”链接千行百业的最生动体现,成为拉动文旅消费的有生力量。

政策也为电影消费提供了持续保障。2025年是“中国电影消费年”,在国家电影局牵头下,全年推出一系列电影消费惠民活动,打出促进消费“组合拳”,中国银联、猫眼、淘票票等平台投入数十亿元观影优惠补贴,目前核销金额已超过9000万元,带动5.4亿元票房增长。同时,财政部下达2.7亿元年度中央补助地方国家电影事业发展专项资金,扶持各地电影业态发展。

“大家总在说9万块银幕、几百亿票房,但这只统计了电影院里发生的数据。”中国文联党组成员、副主席、书记处书记高世名告诉记者,电影业是一个庞大的产业生态,其创造的消费场景非常广阔,产业价值远不止

于院线票房。

院线电影结束影院放映后,会进入视频平台,流量和播放量都是扎扎实实的“观影数据”。以动画视频见长的B站,近三年动画电影相关视频消费总量与票房走势呈正相关,2025年总播放量同比上涨超300%,用户讨论、情绪表达高度集中在头部作品,对平台播放量与讨论度形成强力拉动,弹幕量同比增长48%。

预约几个月之后才能抽到哪吒、敖丙盲盒,排队抢购“小猪妖的水壶”,挂上蛤蟆精的大王洞工牌……在谷子经济、情绪消费的带动下,今年的电影衍生品市场红火,在朋友圈分享热门角色周边、去线下联名快闪店打卡,成了一股潮流。

为及时满足观众影片热度带来的消费热情,上影元相关负责人告诉记者,在IP开发与运营上,确立了“电影未映,产业先行”的开发策略。“在《浪浪山的小妖怪》创作阶段即同步规划IP视觉体系与商业生态,提前链接多元业态,与超过40个品牌达成跨界合作,共创800多款衍生品,让故事在电影上映前后,已通过丰富的载体触达广大观众。”

2025年,“票根经济”成为热词,电影票是最具代表性的票根。厦门金鸡百花电影节推出“金鸡百花电影生活季”,联动全城消费和体验;上海国际电影节期间,有近30%的观众来自上海以外城市;北京国际电影节实现110亿元综合消费。一张张电影票,撬动了文化消费新活力。

科技打开电影叙事更多新可能

2025年,从制作端的工业化突破,到放映端的沉浸式体验,“电影+科技”的深度融合不仅为观众带来全方位的视听革新,更重构产业生态。而AI,是最不容忽视的关键词。

技术赋能之下,国产影片的视效表现力也实现质的飞跃。《哪吒之魔童闹海》集结4000多名动画人,打磨近2000个特效镜头,以成熟的动画工业体系标定了国产视效新高度;中国首部8K太空实拍纪录电影《窗外是蓝星》,更攻克火箭振动防护、失重环境拍摄等技术难点,将太空实景的震撼质感精准传递给观众。

如果说制作端的科技革新为“造梦”提供了更强大的工具,那么放映端的技术突破则让观众得以更深度地“入梦”,推动观影体验完成从“观看”到“沉浸”的升级。

国家电影局发布的《2025年11月下全国电影剧本(梗概)备案、立项公示的通知》显示,今年以来,我国虚拟现实影片备案项目已超百部,彰显出新兴观影形态的巨大潜力。

科技正以多元赋能姿态,持续拓宽中国电影的思想边界与表达空间。

“‘电影+科技’将持续开拓电影衍生品市场的巨大潜能。”在集美大学电影学院教授、影视研究中心主任黄诗娴看来,“电影+科技”是小银幕冲击下,召唤观众重回电影院观看大银幕的一个重要路径,它既让观众收获了更具沉浸感的视听体验,更让中国电影在高质量发展的道路上底气十足,为产业长远发展注入源源不断的创新活力。

来源:新华网