

# 艺览 2025 年终特别报道

统计数据显示,2025年全年电影票房超过516亿元,票房榜位居前十的影片分别是《哪吒2》《疯狂动物城2》《唐探1900》《南京照相馆》《731》《浪浪山小妖怪》《捕风追影》《封神第二部:战火西岐》《熊出没·重启未来》《阿凡达3》。

记者 倪自放 济南报道

## 现象级“哪吒”

如果说一部2025年电影市场现象级的电影作品,必须是《哪吒2》。距离《哪吒1》上映六年之后,导演饺子带着《哪吒2》“出关”,影片票房增长速度如同脚踩风火轮,点燃全民观影热情,最终以154.46亿元登顶中国影史票房榜。《哪吒2》全球影史票房第五、2025年全球电影票房冠军的成绩,直接带动了中国电影市场在开年就以加速度前行。2月16日,2025年中国电影票房(含预售)突破200亿,创下中国影史年度票房最快破200亿纪录的速度。

从影片的口碑来说,《哪吒2》里的人物设置和剧情走向,可谓是走进了观众的心坎里。从第一部里的“我命由我不由天”到《哪吒2》中的“小爷是魔那又如何”,故事的主要矛盾和主要人物的性格,转化为哪吒对命运的抗争,其遭受的苦难,其困惑,其抗争,让人能够理解和接受。当然,哪吒不是一个人在战斗,《哪吒2》也是群像塑造的胜利,龙王敖光、申公豹等群像,依托于神话故事,但比神话故事里的人物形象更为丰满,也引发了观众共鸣。

《哪吒2》的视觉特效也赢得观众点赞。《哪吒1》共有1400多个特效镜头,而《哪吒2》的角色数量是第一部的3倍,全片共2400多个镜头,其中特效镜头就超过1900个。不少业内人士表示,该片的特效水平不仅代表了中国动画电影特效的最高水平,甚至可以比肩世界一流水准。

现象级的《哪吒2》,其实也体现了动画电影在2025电影市场的强大驱动作用。数据显示,2025年中国电影市场动画电影总票房已突破250亿元,贡献了全年近半数的票房,成为中国影史动画电影票房最高一年。全年共有《哪吒2》《浪浪山小妖怪》《疯狂动物城2》等60余部中外动画电影上映,其中票房过10亿的影片达8部。市场表现显示,优质动画内容正成为推动票房增长的重要力量。

## 新主流大片突破

以历史关照当下的新主流大片,一直是电影市场的主流产品,2025年,《志愿军:浴血和平》《南京照相馆》《731》《东极岛》《得闲谨制》等新主流大片,以真实的历史事件为蓝本,深刻展现了中国人民在战争中的苦难与抗争,不仅引发国内观众的情感共鸣,更在海外市场传递了中国声音。

在电影国庆档,《志愿军:浴血和平》等国庆档新片以稳健之姿接续观影热潮,带来更广泛的观影人次和传播效果。中国电影观众满意度调查

# 2025年电影盘点

# 类型深耕 精彩纷呈



结果显示,国庆档观众满意度得分85.4分,同比增长2.1分,创下近四年新高。

一间小小的中国照相馆,承载了一段不容忘却的民族记忆。今年夏天,以南京大屠杀事件为背景,讲述一名照相馆学徒冒死保存日军暴行罪证的电影《南京照相馆》,不仅在中国电影市场引发好评,在英国、意大利、美国等国上映,也广受关注和好评。

电影《731》通过平民视角揭露侵华日军反人类暴行,当银幕之光穿透被刻意掩埋的黑暗,当历史的记忆在影院中回响,《731》以其无可辩驳的史实,成为刺穿谎言的利刃。

一众布衣甲,一场守家战。正在热映的抗战题材电影《得闲谨制》,从微观视角切入,围绕一群老百姓携手抗日、保卫家园展开叙事。影片以独特的叙事视角,为战争片开辟了新路径,成为极具研究意义的电影案例。

## 多元类型并举

2025年,商业电影多元类型并举,多个类型均有优秀作品出现。

《封神第二部:战火西岐》《射雕英雄传:侠之大者》等传统文化IP改编作品,通过现代电影语言实现古典美学的创造性转化,引发海内外观众的广泛关注。《封神第二部:战火西岐》完美地将中国最经典的传统神话予以具象化,出色的视效与动作设计让人印象深刻。

2025年,《长安的荔枝》《浪浪山小妖怪》等影片从文学、民间传说中汲取灵感,通过细腻的叙事与精美的画面,让传统文化以更亲切、更生动的方式走进观众心里。影版《长安的荔枝》不仅回应了原著书粉的叙事期待,也在视听呈现上为观众带来别具一格的审美体验。《长安的荔枝》原著本身是一部唐代“职场”小说,影版《长安的荔枝》则进一步延伸,在营造喜剧效果的同时留下思考空间。

《唐探1900》《捕风追影》《误杀3》《戏台》等影片突破单一类型局限,口碑和票房表现抢眼。从2015年《唐人街探案》第一部上映,“唐

探”IP已经走过了整整十年。这十年间,“唐探”系列凭借独特的喜剧、动作、悬疑融合风格,在观众心中留下了深刻的印记。作为前传电影的《唐探1900》继续以悬疑探案为看点,让“唐探”系列的电影宇宙更为宽广。

《您的声音》《窗外是蓝星》《山河为证》等纪录片票房均超过4000万元,实现了类型上的突破。作为中国首部太空电影,《窗外是蓝星》采用全国产8K超高清摄影机拍摄,拍摄过程集太空科研课题攻关、电影创作探索与大气层相隔的天地协同等挑战于一身,先后攻克火箭振动测试、空间环境测试和空间站内适配性充电存储等一系列难题。相对于影史上那些知名的强类型叙事的太空题材影片,《窗外是蓝星》更接近于纪录片的质感。影片首次将中国航天员在太空的工作生活,真实细致地呈现于大银幕之上,让影片呈现出兼具细腻情感、视觉震撼与宇宙哲思的独特张力。

## 技术与“电影+”

票房是电影影响力的重要表征之一,但电影不止票房,2025年,电影本身的技术发展以及“电影+”的消费都在蓬勃发展,中国电影产业正在从“票房经济”向“场景经济”转型。

电影本身的技术方面,《哪吒2》让138家中国动画公司拧成一股绳,完成近2000个特效镜头,标定中国动画电影的视效新高度;《唐探1900》仅用7个月,复现面积达20万平方米的1900年的美国旧金山,展现电影工业化的“中国速度”,并获得首届新加坡国际华语电影金狮大赏最佳视觉效果、最佳造型设计;《东极岛》自研“湿拍”技术,在9000平方米的影棚内再现大海澎湃,被视为中国电影工业化的高度呈现和阶段性成果展示;正在热映的《阿凡达3》选择中国自研的CINITY LED作为中国首映式的放映技术,填补了全球直显放映技术的空白,标志着中国电影放映技术和装备在高端放映领域占据全球领先地位。

AI技术与电影的融合正在加速推进中。2025年3月,国家电影局发布《关于促进虚拟现实电影有序发展的通知》,首批VR电影“龙标”落地;获得第27届上海国际电影节金爵奖主竞赛单元艺术贡献奖的AI题材电影《比如父子》,将AI更广泛地应用在长片叙事和制作中;第七届海南岛国际电影节“AI电影季”收到来自50多个国家约2800部作品,并将“AI如何重塑电影创作与产业格局”作为主论坛的关键议题。业内估计,未来12个月将是AI长片涌现的关键窗口期。

电影的热映也带动了周边产品消费热潮:《哪吒2》衍生品销售额累计达到数百亿元;《浪浪山小妖怪》影片授权营销合作带动的终端商品销售总额已超22亿元。2025年,中国电影产业正加速从“票房经济”向“多元消费生态”转型。从“跟着电影去旅行”“跟着电影品美食”到“跟着电影游中国”,电影连接文旅、消费、社交与生活,成为推动消费增长的重要引擎。