

全年票房将突破500亿元大关 国产影片超400亿票房进入历史前三

■文/本报记者 赵丽 李霆钩

根据国家电影局初步统计数据,截至12月7日,中国电影市场全年总票房为495.11亿元(去年同期为405.77亿元,同比增长22.02%);总人次为11.82亿(去年同期为9.62亿,同比增长22.93%);其中:国产影片票房为407.70亿元(去年同期为318.06亿元,同比增长28.19%),国产影片份额为82.35%(去年同期为78.38%)。外国影片票房为87.40亿元(去年同期为87.71亿元,同比减少0.35%)。全年票房过亿影片50部,其中国产影片33部,外国影片17部。

这些核心数据如同坚实的坐标,不仅勾勒出中国电影市场在疫情后调整期的强劲复苏曲线,更印证了其韧性强、活力足、潜能大的发展底色,彰显出国产电影的绝对主导地位与中国文化自信自强、开放包容的鲜明姿态。在新一轮科技革命加速突破、全球电影产业格局深度调整的当下,中国电影市场正以稳健的步伐,书写着从电影大国向电影强国迈进的新篇章。

◎ 票房再攀高峰 市场韧性在结构优化中持续彰显

根据网络平台数据预测,本周内年票房将破500亿元,这是中国影史第五次达到如此成绩。这一成绩并非简单的数字叠加,而是市场从规模扩张向质量提升转型过程中,韧性与活力的集中爆发。这一成绩较2024年全年425.02亿元的票房规模实现显著增长,更以不到9个半月的时间(256天)便突破400亿元的速度(较2024年提前76天),展现出消费需求的快速回暖与市场生态的持续优化。在互联网多元化休闲娱乐方式竞争日益加剧、全球电影市场仍面临诸多不确定性的背景下,中国电影市场凭借扎实的基本设施、多元的档期布局与旺盛的消费潜力,稳固占据全球主要电影市场的核心地位。

市场韧性的首要支撑,来自于覆盖城乡的完善放映体系。截至2025年10月底,我国今年净增影院233家,银幕1588块;共有营业影院15438家,银幕92556块,连续多年稳居全球首位。根据灯塔专业版数据显示,其中,县乡级影院占比持续提升,三四线城市票房贡献占比已达42.5%,下沉市场成为票房增长的重要引擎。这种“城市院线+县域市场”的全域覆盖格局,使得观影需求得以在不同区域、不同消费群体中均衡释放,有效对冲了单一市场波动带来的风险。

与此同时,影院硬件升级与服务创新

同步推进,IMAX、CINITY等高端放映技术的普及,4K、4D动态座椅等沉浸式观影体验的升级,以及衍生品销售、主题观影、跨界合作等增值服务的拓展,不仅提升了观众的消费意愿,更让影院从单纯的放映场所转变为综合化文化消费空间,非票房收入占比稳步提高,商业模式更趋稳健。

2025年,春节档、暑期档、国庆档、贺岁档四大核心档期形成“多点支撑、梯次推进”的格局,合计贡献票房约264亿元(截至12月7日),约占全年总票房的53%。春节档以《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《封神第二部:战火西岐》等影片领跑,以95.1亿元,创造了中国电影史上春节档票房新纪录,其中《哪吒之魔童闹海》档期内单部影片斩获48.39亿元票房,《唐探1900》22.78亿元,《封神第二部:战火西岐》9.97亿元。

暑期档119.66亿元的票房成绩与3.21亿观影人次,同比分别增长2.76%和12.75%,《南京照相馆》《浪浪山小妖怪》《捕风追影》《长安的荔枝》《侏罗纪世界:重生》《F1:狂飙飞车》等中外影片共同激活市场。

国庆档贡献18.35亿元票房,国产影片

票房占比为98.93%,票房前五名影片分别为《志愿军:浴血和平》《731》《刺杀小说家2》《浪浪人生》《震耳欲聋》,现实题材影片



成为主流。

而11月末开启的贺岁档,凭借超50部影片的密集供给,推动票房曲线在年末加速上扬,截至目前,2025贺岁档票房已突破30.51亿,为全年突破500亿元提供了关键支撑。这种“档期爆款引领+长尾影片补位”的市场节奏,既保证了票房的集中释放,又延长了市场的消费周期,彰显出强大的调度能力与内生动力。不难看出,档期经济的持续发力,成为支撑全年票房的重要支点。

观影人群的结构升级与消费回归,进一步夯实了市场韧性。根据中国电影家协会联合大麦娱乐灯塔研究院共同发布的《2025中国电影市场及观众变化趋势报告》显示,2025年中国电影观众平均年龄连续4年上涨,女性观众占比达到60%,为近10年最高,成为市场消费的核心力量。观众的观影选择更趋理性,不再单纯追逐流量明星,而是更注重影片的内容质量、情感共鸣与艺术表达。从《南京照相馆》《志愿军:浴血和平》《东极岛》《得闲谨制》等影

片引发的历史记忆共鸣,到《窗外是蓝星》带来的太空探索感动;从《浪浪山小妖怪》的国风动画治愈,到《捕风追影》《狂野时代》的悬疑类型创新,多样化的影片供给满足了不同圈层观众的审美需求,推动自发式文化消费形成更强黏性。与此同时,短视频平台与票务平台的深度融合,通过智能推荐、口碑发酵、线下联动等方式,有效降低了观众的选择成本,提升了观影转化率,成为连接内容与消费的重要桥梁。

◎ 国产电影显著优势份额主导市场 以品质突围实现全面领跑

在目前超495亿元的年度总票房中,国产影片近408亿元的票房成绩与超80%的市场份额,标志着中国电影的创作实力、工业水平与市场认可度已进入成熟发展阶段。从题材创新到技术突破,从IP深耕到新人涌现,国产电影正以多元化、高品质的创作格局,牢牢占据市场核心位置,成为中国电影市场坚挺发展的核心引擎。

IP创作的迭代升级与类型深耕,构成国产电影的核心竞争力。2025年的国产电影市场,既有《哪吒之魔童闹海》这样的经典IP续作,通过自研粒子水墨特效实现技术与叙事的双重突破,集结全国138家动画公司、4000余名制作人员构建起成熟的工业化生产体系,最终斩获全球超159亿元票

房,跻身全球影史前五;也有《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。

在类型创新方面,国产电影形成了“现实题材为基,多元类型并举”的创作格局。现实题材影片聚焦社会热点与人文关怀,《南京照相馆》以克制而有力的叙事揭开历史记忆,票房超30亿元并代表中国内地角逐奥斯卡最佳国际影片;《你行,你上!》《小小的心》《向阳花》等作品关注个体成长,引发观众深度共情;科幻题材持续突破,《流浪地球3》进入创作开发阶段,《窗外是蓝星》作为中国首部8K太空实拍纪录电影,以震

撼的视听语言走向全球;悬疑、动画、战争等类型片也佳作频出,《捕风追影》《误杀3》《戏台》等影片突破单一类型局限,《浪浪山小妖怪》以国风美学开辟动画新赛道,形成了覆盖全年龄段、全审美需求的内容供给体系。

同时,电影工业体系的成熟与技术创新的赋能,为国产电影的品质提升提供了坚实支撑。近年来,中国电影在“体系化生产”和全链条协同上不断进步,青岛东方影都、浙江德清AI虚拟影视基地等一批新型制作基地应运而生,人工智能与影视工业的融合向纵深发展。《哪吒之魔童闹海》通过产业协同平台实现建模、特效、渲染等全流程的矩阵化执行,其粒子水墨特效技术

达到国际先进水平;《封神第二部:战火西岐》在场景搭建、道具制作、特效呈现上延续工业化制作标准,构建起宏大的东方奇幻世界观……这种“技术为内容服务”的创作理念,使得国产电影的视听体验持续升级,成为吸引观众走进影院的重要因素。

此外,全年票房前十影片中国产片占据绝对主导,除《哪吒之魔童闹海》外,《唐探1900》《南京照相馆》《封神第二部:战火西岐》等影片均跻身前列,形成了强大的头部效应。与此同时,2025年“单片过亿”的国产影片数量33部,《熊出没·重启未来》《长安的荔枝》《罗小黑战记2》《浪浪人生》《水饺皇后》《戏台》《“骗局”喜欢你》《得闲谨制》等腰部影片的市场表现持续稳健,形

成了“头部引领、腰部支撑、尾部补充”的健康市场格局。

接下来的贺岁档,还将有一大批国产优秀影片上映。《赛德克·巴莱》(上、下)展示出电影人对历史的尊重和对细节的执着,让银幕上的每一帧画面都承载着历史的重量,也让这场中国台湾同胞抗日斗争显得格外真实动人;导演申奥新作《用武之地》聚焦现实题材,依托导演此前《孤注一掷》《南京照相馆》积累的良好口碑,淘票票“想看”数已超两万,展现出导演个人品牌的市场吸引力;此外,《匿杀》《逆转上半场》《遥远的普若岗日》等影片涵盖多种类型,将在12月最后数周集中发力。

◎ 彰显文化自信与开放包容 双向赋能构建电影发展新生态

2025年中国电影市场的亮眼表现,不仅是票房数字的增长与市场份额的提升,更体现了文化自信自强与开放包容姿态的深度融合。国产电影在深耕本土文化中彰显精神力量,在拥抱全球市场中展现大国胸怀,形成了“国产片主导、进口片补位”的多元竞争生态,为中国电影产业的高质量发展注入了双重动力。

文化自信是国产电影崛起的核心底气。2025年的国产电影创作,始终立足中华优秀传统文化、革命文化与社会主义先进文化,将文化基因与当代价值理念相结合,推出了一批具有中国特色、中国风格、中国气派的优秀作品。《哪吒之魔童闹海》对传统神话进行现代化改编,将“我命由我不由天”的抗争精神与当代青年的价值追求相呼应,

既保留了国风美学的精髓,又赋予了作品强烈的时代感;《长安的荔枝》《浪浪山小妖怪》等影片从古典文学、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;《南京照相馆》《731》《得闲谨制》等历史题材影片,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,弘扬了正确的历史观,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。这些作品的成功,证明了传统文化的当代价值与强大生命力,也彰显了中国电影人对本土文化的深刻理解与自信表达。

国产电影的出海之路,实现了“量”与“质”的双重跃升,成为文化交流的重要桥梁。截至2025年10月20日,国产电影海

外票房收入合计1.4亿美元(约合人民币10亿元),超过2024年全年,海外上映国家和地区达到46个,年度海外票房超百万美元的影片达13部。其中,《哪吒之魔童闹海》在北美770多间影院同步上映,预售票房和排片量创下该地区近20年华语影片新纪录,海外票房达4.44亿元,成为近年来海外票房最高的国产电影;《封神第二部:战火西岐》覆盖全球160多个国家和地区,引发东方奇幻题材观影热潮;《窗外是蓝星》作为中国太空纪录电影出海的首部作品,在英国、德国、匈牙利等多个国家亮相,以“宇宙级浪漫”赢得海外观众好评。

中国电影的出海已不再局限于“中国功夫”等传统符号,而是形成了神话、科幻、历史、现实等多类型作品集体“走出去”的

格局,通过“海外直发”模式与同步上映策略,直接触达全球观众,让世界看到了更加真实、立体、全面的中国。

开放包容的市场姿态,也让中国电影市场成为全球电影产业的重要舞台。2025年,中国电影通过政策优化与机制创新,持续激活进口影片市场。全年进口影片中,《疯狂动物城2》《侏罗纪世界:重生》《F1:狂飙飞车》《碟中谍8》等作品凭借强大的IP号召力与优质的制作水准,实现口碑与票房的双丰收,其中《侏罗纪世界:重生》以5.67亿元暑期档票房成为进口片冠军,《疯狂动物城2》目前也已取得超30亿的票房,但仍与中国动画电影《哪吒之魔童闹海》的票房表现有较大差距。《侏罗纪世界:重生》《疯狂动物城2》等引进片全球同步上映的安排(包

括将于12月19日上映的《阿凡达3》),体现了好莱坞对中国市场的高度重视。这些进口影片的上映,不仅为中国观众带来了多样化的观影选择,更促进了中外电影产业的交流与学习,倒逼国产电影在创作理念、技术应用、市场运营等方面不断进步。这种“内外兼修”的市场格局,既展现了中国文化的包容胸怀,也让中国电影市场在全球竞争中不断提升核心竞争力。

据不完全统计,2025年,我国已在30多个国家和地区举办了中国电影节(展),有效提升了中国电影的海外认知度。同时,国内市场对进口影片的引进与发行机制不断完善,形成了丰富多元生态,让中国电影市场在保持本土特色的同时,始终与全球电影产业同频共振。