

2025 中国电影总票房超500亿元 国产影片强势崛起 “电影+”玩出新花样



根据国家电影局统计,截至2025年12月13日14时30分,2025年度中国电影总票房已达500.03亿元,观影人次11.94亿。年度票房前十名的影片分别为《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《疯狂动物城2》《南京照相馆》《731》《浪浪山小妖怪》《捕风捉影》《封神第二部:战火西岐》《熊出没·重启未来》和《长安的荔枝》。其中,国产片占九席,动画电影占四席。

500亿元背后,是2025年中国电影在五个维度的全面跃升:电影创作欣欣向荣,国产爆款接连涌现;“电影+”生态扩容,激活全链条消费活力;电影市场持续繁荣,票房成绩屡创新高;电影科技向新而行,工业化体系更加完善;电影出海“量”“质”齐升,文化名片更加闪亮。

内容竞争力

国产电影持续成热门爆款

截至目前,今年全国已上映超400部影片,观影热潮贯穿全年。从《哪吒之魔童闹海》到《南京照相馆》,一系列优质国产电影涌现,讲述动人的中国故事,以高质量的内容打动观众,在票房与口碑上均表现亮眼。

今年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,《南京照相馆》《731》《东极岛》《山河为证》《得闲谨制》等一批展现中国人民抗战历程的影片,受到广泛关注。

《南京照相馆》取材于南京大屠杀期间日军真实罪证影像,影片以光影传递不容忘却的历史记忆,令无数观众动容落泪,深刻感悟“铭记历史、珍爱和平”的主题。影片不仅摘得暑期档票房冠军,还刷新了中国影史暑期档历史片票房纪录。

《731》《东极岛》《山河为证》等一批以历史事件为背景的影片,吸引观众走进影院,于光影中感悟历史。许多年轻观众表示,看完电影后主动前往纪念馆和档案馆,更深入地了解我们的历史。

不仅在历史题材等特定类型上表现突出,国产电影的整体崛起与广泛影响力也已成为共识。近年来,越来越多的中国影片承载传统文化内核,注入当代价值理念,更加符合中国观众的审美品位和精神追求。同时,国产电影在类型拓展、技术应用等方面取得长足进步,在故事和视效层面均达到国际一流水准。

国产电影以强劲的内容竞争力,让今天的中国观众更爱看中国电影。中国电影市场早已摆脱对进口片的依赖,国产电影保持强势占比。国产佳片持续成为热门爆款,票房成绩屡创新高。

一系列富含中华优秀传统文化底蕴的精品力作实现口碑与票房双丰收。《哪吒之魔童闹海》凭借精彩的故事和极致的视觉效果,一路势如破竹,成为现象级爆款。影片全球总票房已超159亿元,不仅成为全球单一市场票房冠军、全球动画电影票房冠军,更跻身全球影史票房前五。

消费带动力

“电影+”应用场景不断丰富

文化自信与科技创新驱动下,中国电影不仅铸就了银幕上的精彩,更将其影响力拓展至广阔的消费领域。伴随“电影+”应用场景的不断丰富,电影热度点燃了全链条消费热情。

“电影+文创”“电影+零售”,中国电影迈入全产业链IP价值开发新阶段,不仅衍生品消费市场规模达到千亿级,电影IP跨界联动更释放出强大的辐射带动力。

《哪吒之魔童闹海》与数十个品牌进行跨界合作,覆盖食品、美妆、汽车、潮玩、数码、咖啡等多个品类,衍生品销售额累计达到数百亿元。《浪浪山小妖怪》推出授权衍生单品超

800款,在多个城市商圈落地主题快闪店,截至目前,影片授权营销合作带动的终端商品销售总额已超22亿元。

“电影+旅游”“电影+餐饮”,更成为文旅消费新潮流。今年以来,国家电影局和中央广播电视总台共同推出“中国电影消费年”活动,“跟着电影游中国”“跟着电影去旅游”“跟着电影品美食”等活动多点开花,贯穿全年,令人目不暇接。

近期正在长三角地区上映的沪语电影《菜肉馄饨》吸引不少观众来到上海开启城市漫步,品味上海美食,片方积极推出“跟着电影品美食”系列线下联动。

《浪浪山小妖怪》与山西文旅合作的“浪浪山小妖怪山西游记”主题活动,将影片中的取景地——大同善化寺、太原晋祠水镜台、碛口古镇等,转化为一座座可抵达的“浪浪山”。

各方纷纷推出举措,将电影流量充分转化为拉动多领域消费的增量。

央视新闻持续推出“电影+”消费活动,比如携手多家航空公司打造“光影之旅”,联合猫眼、淘票票推出“看电影抽机票代金券”等活动;与餐饮品牌合作推出购美食抽电影代金券等活动,打造多重观影福利。

多地也积极探索“电影+文旅”新形式。上海打造“梧桐影巷”——徐汇区武安电影街区,汇聚“电影+书店”“电影+餐饮”“电影+演出”“电影+展览”“电影+体育”等新消费业态,推出4条电影主题打卡路线,让电影与城市消费深度融合。

“电影+”,从一张电影票加出一条消费链,融入生活方方面面。这不仅推动中国电影产业从传统的票房经济向多元消费生态进阶,更使电影经济成为拉动消费、助推产业升级的重要引擎。

市场吸引力

中国市场成重要增长引擎

今年以来,中国电影市场红红火火,各个档期持续火热:春节档票房井喷迎来开门红;清明档、五一档等“小档期”释放大活力;暑期档佳作扎堆点燃全民观影热潮;国庆档通过深沉的家国情怀引发广泛共鸣……

中国电影市场高度繁荣,票房成绩屡创新高,不仅给国产电影提供了丰沃土壤和广阔天地,还通过高水平对外开放,为全球好电影提供坚实的票房支撑和多元的营收渠道。

进口动画电影《疯狂动物城2》正在热映,截至12月13日,内地累计票房已突破33亿元,远超北美市场的票房成绩,暂列全球第一。

票房从来不仅仅是电影本身的比拼,更是市场容量、观众热情、影院效率的综合较量。多家西方媒体分析,“世界电影市场看中国”,《疯狂动物城2》在中国取得的惊人票房成绩,不仅是迪士尼的成功,更是中国电影市场高度成熟的集中体现,彰显中国电影市场的开放与活力。

中国拥有全球数字化程度最高的购票体系、最高效的影院排片网络和最活跃的社群口碑发酵生态。中国消费者的观影需求正快速增长,三四线城市乃至县域影院的票房占比持续提升,观众基础不断夯实。中国观众用票房证明中国



电影海报

电影市场的“超能力”。

同时,中国电影市场发展出丰富多元的产业生态。从全球首个“疯狂动物城”主题园区落户上海迪士尼乐园,到仅内地市场与《疯狂动物城2》的联名品牌就达到70多个,线上线下的互动体验,共同构建起完整的电影IP产业链。

今天的中国电影市场,是全球任何一部顶级大片都无法忽视,甚至最为倚重的“头部市场”,更已成为全球电影产业的重要增长引擎。

新质生产力

银幕背后闪耀的“黑科技”

电影市场活力迸发,优秀国产影片爆款连连,背后是中国电影工业化体系的持续完善和技术能力的跨越发展。

在制作端,我国电影产业打破特效制作垄断,人工智能与影视工业的融合向纵深发展。一批新型电影制作基地应运而生,用硬核科技打造电影的“未来片场”。

在重庆永川科技片场的虚拟

拍摄棚里,LED背景屏实时渲染输出高清画面,能够实现古代、现代、奇幻、科幻等各种场景快速切换。

上海科技影都的AI创制生态中心发布多个项目,打造兼具高科技影视制作、行业人才资源、政策服务功能的创新型产业社区。

此外,在青岛影视基地“东方影都”、浙江德清博采AI虚拟影视基地等新型制作基地,都可以看到对技术前沿的敏锐探索,中国电影正在AI等新技术革命中赢得宝贵先机。

中国电影对新技术的探索,更深入到了太空。中国首部8K太空实拍纪录电影《窗外是蓝星》由航天员实拍,为适应太空环境,总台团队攻克了火箭发射时剧烈震动、舱内存储与供电、素材天地往返、失重状态下拍摄运行模式等技术难点,给观众带来震撼的沉浸式体验。

在放映端,我国银幕总数超9万块,已建成全球技术领先、规模庞大、覆盖广泛的影院放映体系,拥有自主知识产权的国产放映系统尤为亮眼。

电影的体验不只是“观看”,中国电影产业还积极发展虚拟现实电影。2025年,国家电影局将虚拟现实电影纳入管理体系,并首次为虚拟现实电影颁发“龙标”。在北京的虚拟现实电影放映新空间,已有《浪浪山小妖怪:妖你同行XR》等多部虚拟现实电影上映,观众戴上头戴式显示设备,就能一秒穿越进入影片。

出海影响力

量质双升擦亮“中国名片”

中国电影市场精彩纷呈,中国故事扬帆出海。“出海”,成为2025年中国电影市场的又一个亮眼关键词。

早在今年10月,2025年中国电影海外票房收入已经达到1.4亿美元,约合人民币10亿元,已超2024年全年。

中国电影出海实现“量”与“质”的双重跃升,多部影片在海外热映热议。

弘扬中华优秀传统文化的影片“圈粉”海外观众。《哪吒之魔童闹海》在北美、欧洲、大洋洲等国际主流市场上映,海外票房收入已达6900万美元,是近年来海外票房收入最高的国产电影,成为对外文化交流的闪亮名片。

同时,主流叙事影片发出中国声音、坚定捍卫国际公平正义。《南京照相馆》《731》等影片在多个国家和地区上映,以电影的方式弘扬正确二战史观,彰显了我国作为东方主战场的历史地位和重大贡献,受到国际主流舆论高度关注。

中国电影全球传播让越来越多的海外观众看到中国故事、领略中国风采。今年,国家电影局、中央广播电视总台启动“跟着电影游中国”活动,活动亮相法国戛纳国际电影节、德国柏林国际旅游交易会、南非中国电影之夜等国际平台,通过中国电影“走出去”带动海外游客“走进来”。

重庆商报综合央视新闻、中经网、证券时报、中国经营报等