

(上接第3版)

◎ 题材类型多元 真正实现“百花齐放”

2025年暑期档影片类型丰富多样,涵盖历史、动画、喜剧、动作、科幻、悬疑等多种类型,真正实现了“百花齐放”。

历史剧情片在今年暑期档大放异彩。除了《南京照相馆》等抗战主题影片外,《长安的荔枝》以独特的视角展现了大唐盛世的风貌。影片改编自马伯庸的同名小说,通过讲述一个小官为了完成荔枝转运任务而历经艰难的故事,将历史的厚重与人性的复杂展现得淋漓尽致。其精美的服化道、紧凑的剧情以及对历史细节的还原,都让观众仿佛穿越回了那个繁华的大唐时代。

动画电影成为暑期档的另一大热门类型。除了《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》

《聊斋:兰若寺》等国产动画佳作外,还有《名侦探柯南:独眼的残像》《哆啦A梦:大雄的绘画奇遇记》等进口动画电影。国产动画电影在今年暑期档展现出了强大的实力,不仅在票房上取得了优异成绩,在口碑上也获得了观众的高度认可。它们在故事创作、画面质量、角色塑造等方面都达到了较高的水准,并且更加注重对传统文化的挖掘和创新表达,让传统文化以一种生动有趣的方式走进了观众的视野。陈晋表示:“其中《浪浪山小妖怪》上映两周即刷新中国影史二维动画票房最高纪录,我们知道春节档三维动画《哪吒之魔童闹海》票房154.46亿,大幅刷新全球动画电影最高票房纪录,充分印证中国动画产业在美学高

度、工业水准、叙事内核及创作模式上都有突破性进步。”

动作片在今年暑期档也迎来了复苏。《捕风追影》以其精彩的动作场面和紧张刺激的剧情,吸引了众多动作片爱好者,收获观众满意度85.9分,居近三年调查动作片首位,同时也是成龙近年主演作品的最高分。影片的燃爽动作戏、演员突破性表演等均获好评,满意度三大指数及不同类型观众满意度都居近三年调查动作片首位。高满意度的《捕风追影》继续为暑期档热度加码,助力档期票房破百亿。影片在动作设计上融合了多种元素,既有凌厉的拳脚功夫,又有惊彩的追击场景,为观众带来了一场视觉上的盛宴。同时,影片在剧情上

也摆脱了以往动作片简单粗暴的模式,更加注重人物的情感和内心世界的刻画,使得影片的内涵更加丰富。

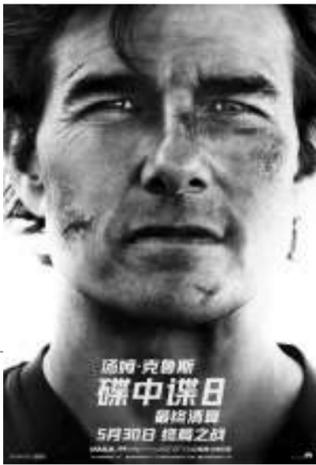
喜剧片在暑期档一直是深受观众喜爱的类型。《奇遇》等喜剧影片以幽默诙谐的方式讲述生活中的故事,通过巧妙的剧情设置和演员的精彩表演,让观众在欢声笑语中感受到生活的乐趣,其中《奇遇》在档期内收获1.67亿票房。这些喜剧片不再仅仅依赖低俗的笑料,而是更加注重对生活细节的观察和对人性的调侃,以一种轻松幽默的方式引发观众的共鸣。

值得强调的是,暑期档多部影片豆瓣评分高于8分,有《南京照相馆》《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》《捕风追影》《戏台》等,

其中《南京照相馆》和《罗小黑战记》的豆瓣评分更是高达8.7。

高分佳作影片数量较往年明显增长,上映后口碑持续扩散,多部影片映后评分上涨。

科幻片和悬疑片也在暑期档中占据了一席之地。《侏罗纪世界:重生》凭借震撼的特效和精彩的恐龙场面,满足了观众对科幻冒险的想象。而一些悬疑片如《恶意》等,则以烧脑的剧情和层层反转的情节,吸引了众多悬疑爱好者。这些影片在剧情的逻辑性和悬念的设置上都下足了功夫,让观众在观影过程中始终保持着高度的紧张和好奇心。



◎ 真诚优质的内容成为连接观众最有效的桥梁

观众是电影市场的核心,他们的需求和喜好直接影响着电影的创作和发展。今年暑期档,观众的迭代和需求升级表现得尤为明显。

在这个暑期档,电影人重新找回了观众——3.21亿的观影人次,远超过去年同期。在此背后,是电影人看见了观众的真实需求。这并非单纯迎合与妥协,而是将对于社会心态和大众情感的深刻洞察,转化为精妙的艺术表达。

当下观众的需求已从单纯追求感官刺激转向对内容品质的深度追求,文化自信与群体细分成为核心特征。年轻观众的独立审美意识和信息获取能力显著增强,他们不再为大制作、大IP盲目买单,而是更关注故事是否精彩、情感能否共鸣、制作是否精良。“观众的眼睛是雪亮的,电影作品的质量成为重中之重,没有好的质量,就没有好的口碑,也就没有好的票房。”中国评论学会会长饶曙光说。追光动画总裁于洲对观众变化的分析更为细致。他认为,互联网和社交媒体的发展强化了社会群体细分,二次元、垂直社区等成为影响电影市场的重要因素,观众既是“一呼百应”的社交达人,也可能是现实中的孤独个体,对“共情内容”的需求显著提升。同时,短视频培

养的碎片化观看习惯,让观众对电影“爽感”和“强情节”的需求上升,喜剧、悬疑等类型片票房占比更高。

这种变化使得口碑与票房的正相关性越来越明显,真诚优质的内容成为连接观众最有效的桥梁。

从观众构成来看,不同类型的影片吸引了不同年龄段和性别的观众。据灯塔专业版数据,《南京照相馆》的观众中,30—39岁女性占比突出,她们对历史题材和情感细腻的影片有着较高的兴趣;《罗小黑战记2》吸引了大量25岁以下年轻女性,其萌系的风格和奇幻的故事深受年轻观众喜爱;《戏台》则收获了超四成的年轻观众,他们

对传统艺术和历史文化有着更深的理解和共鸣;亲子组合则撑起了《浪浪山小妖怪》的票房“半边天”,成为暑期档亲子观影的热门选择。区域分布上,一线城市票房占比回升,华东地区表现亮眼;值得注意的是,《南京照相馆》强力激活三四线下沉市场,而《长安的荔枝》《戏台》等喜剧片在北方地区表现突出。

面对观众的迭代和需求升级,电影行业从创作、宣发两方面积极调整,以创新应对变化,以品质建立信任。

在创作端,新导演新力量的崛起与传统文化的现代表达成为两大亮点。新导演们以独特的视角和创新的影像语汇,为电

影创作带来了新的活力。同时,对传统文化的挖掘和创新表达也成为电影创作的重要方向。从《浪浪山小妖怪》对传统神话故事的重新演绎,到《长安的荔枝》对大唐历史文化的展现,再到《聊斋:兰若寺》对传统中华文化的创新呈现,都体现了电影人对传统文化的自信 and 传承创新的决心。

在电影宣发层面,呈现出“去中心化”的变革。点映成为暑期档普遍且有效的营销手段,通过点映积累的口碑,能为影片上映聚拢人气。同时,电影宣发也更加注重与小红书、豆瓣等平台的观众的深度沟通,他们的评价迅速、真实、接地气,能与普通观众建立信任连接,一部电影的口碑往往在点映后24小时之内通过他们发酵,并且直接体现在票房曲线上。

往在点映后24小时之内通过他们发酵,并且直接体现在票房曲线上。

爱奇艺副总裁、三三得久电影工作室总制片人隋珊珊曾表示,中国电影市场正在从“高速增长”向“高质量内容驱动”转型,观众对内容质量的要求日益提高,因此电影必须兼具共情力与视听语言的硬性指标。“短视频时代加剧了内容分众化趋势,但电影仍需与‘短周期’与‘长尾价值’之间找到平衡。中国电影产业的升级离不开对创作规律的尊重与对用户需求的洞察,从业企业需要以‘长期主义’为核心理念,推动优质内容与商业价值的双向赋能,为行业高质量发展注入新动能。”



◎ 政策扶持与业态创新双轮驱动

2025年电影暑期档的亮眼表现,既得益于优质影片的内容供给,更离不开政策扶持的有力托举与产业业态的创新突破,二者协同发力,为电影市场注入了强劲的发展动能。

早在暑期档开启前,一系列扶持政策便已提前布局,为电影消费市场升温保驾护航。4月18日,国家电影局在北京正式启动“中国电影消费年”活动,推出观影补贴、票务优惠、跨界合作等一揽子举措,精准对接观众需求。中国银联、猫眼、淘票票等机构积极响应,预计投入超10亿元补

贴,以实实在在的优惠降低观影门槛,有效激发了大众的观影热情。

财政支持同样持续加码。6月6日,财政部发布《关于下达2025年国家电影事业发展专项资金补助地方资金预算的通知》,明确2025年国家电影事业发展专项资金补助预算数为2.70亿元。其中,6月下达0.81亿元,叠加此前提前下达的1.89亿元,全年2.70亿元补助已全部下达。

中宣部电影局主持日常工作的副局长毛羽在第八届“中国电影新力量论坛”上也强调,破解行业关键难点、培育优质

电影企业是推动电影产业强大、建成电影强国的重要基础,为行业高质量发展指明了方向。

在政策扶持的基础上,电影产业积极探索跨界融合与IP开发,催生了一系列新业态、新模式,进一步拓展了市场空间。

“电影+文旅”融合模式持续深化,“跟着电影去旅游”成为暑期消费新风尚。动画电影《浪浪山小妖怪》中,古寺等建筑场景参考山西古建筑群落,影片热映直接带动当地旅游热潮;《南京照相馆》则推动南京文旅消费增长,其拍摄地

上海影视乐园顺势推出“在片场看电影”沉浸式体验项目,让观众近距离感受电影创作魅力。与此同时,各地文旅部门积极推动“票根经济”,推出凭电影票享受旅游折扣、景区门票等优惠,实现了电影与文旅的双向赋能。

IP系统化开发也成为影片破圈的重要抓手。《浪浪山小妖怪》在正式上映前,便已全面铺开IP开发与产业衍生工作,上映首日仅上海联和电影院线周边的衍生品销售额就突破700万元,展现出强大的IP商业潜力。《罗小黑战记2》则采用“单元

剧+大电影”的开放式架构,通过不断引入新角色、新故事线保持IP活力,同时打造“萌系”形象衍生品矩阵,形成了创作与营销的良性循环,为行业IP运营提供了可借鉴的范例。

政策的“稳底盘”与业态的“拓新局”,共同成就了2025年电影暑期档的良好态势。这种“双轮驱动”的发展模式,不仅为电影市场注入了持久活力,更彰显了中国电影产业在应对挑战、谋求突破中的创新能力与发展韧性。