# 2025暑期档:中国电影发展的重要风向标

中国电影如何突围,是近期的 热点话题。很多业内人士将2025 年暑期档作为电影业发展的重要风 向标。从实际情况看,该档期不负 众望,作品质量显著提高,多类型创 作齐头并进,涌现出一批叫好又叫 座的佳作。在优质内容带动下,影 院观影热度持续攀升,观影人次和 票房收入呈增长态势。到了8月中 旬,暑期档总票房突破100亿元。

## 展现中国电影工业日趋成 熟的创作实力

今年暑期档,中国电影集体发力,展现出电影工业日趋成熟的创作实力。

与以往着重表现激烈战争场景不同,暑期档的两部战争历史片以细腻的人文视角和深刻的历史反思打动人心。《南京照相馆》聚焦一家照相馆内几个素不相识的普通人的生死抉择,通过微观叙事折射出南京大屠杀这一民族创伤的历史真相。《东极岛》选取"里斯本丸沉船事件"的真实历史片段,再现中国渔民冒死营救英军战俘的人道主义壮举,让鲜为人知的历史记忆焕发光彩。

动画电影的市场表现同样亮 在保持艺术想象力的同时,紧 扣时代脉搏和观众情感需求,构建 宏大的故事世界,成为《浪浪山小妖 怪》《罗小黑战记Ⅱ》获得观众青睐 的制胜关键。《浪浪山小妖怪》以《西 游记》的取经故事为背景,却将叙事 焦点从传统的取经师徒四人组转向 原著中只是剧情点缀的四只无名小 妖;沿用2023年现象级动画短片集 《中国奇谭》中《小妖怪的夏天》一集 的原班团队,讲述"平行世界"里小 猪妖离开浪浪山的全新冒险故事。 《罗小黑战记Ⅱ》融合现实都市与妖 精世界,让主人公小黑与师父无限、 师姐鹿野踏上充满挑战的冒险征 途。这一设定不仅展现当代青年生 活图景,还通过丰富的奇幻设定拓 展了想象空间。

《长安的荔枝》破解了国产古装片的困境,为创作如何平衡历史还原与现代审美提供宝贵经验。作品将唐代驿传系统与现代物流体系进行对照,通过基层小吏李善德跨越五千里运送荔枝的艰辛历程,刻画"古代打工人"的生存困境。这种古今交融的叙事策略赋予历史故事当代性,激发人们对现代职场运行机制的思考,从而成功搭建起与现代观众的情感桥梁。

《戏台》与《捕风追影》则实现了 类型片创作中传统基因与现代审美 的有机统一。喜剧片《戏台》采用传 统喜剧创作手法,以精妙设计的身份 错位、语言双关等手法铺陈笑料,再 以悲喜剧的转折实现情感升华,让观 众在捧腹之余收获思考。动作片《捕 风追影》保留香港电影擅长的动作场 面,并融人天银系统、AI侦查、数字追 踪等前沿科技元素,呈现人工智能时 代的新型警察故事,赋予警察题材以 智性趣味和时代特征。

### 商业与艺术电影跨界拓展新业态

虽然暑期档佳作频出,但单部影片票房体量呈收缩态势。与往年相比,头部影片突破10亿元票房大关的难度增加。这一现象折射出全媒体时代电影产业面临的挑战。短视频、微短剧等新兴娱乐形式抢占大量用户碎片时间,影院观影在娱乐消费选择中的占比下降。观众审美趣味日益多样,不同类型、风格的影片拥有各自的受众群体。应对这一变化,电影业需要深入思考两个核心命题;其一,如何突破内容同质化困



境,打造具有影院观影不可替代性的 电影作品;其二,如何在保证艺术质 量的前提下,针对细分受众开发差异 化产品,实现精准内容供给。

今年暑期档的市场表现为我们指 明了三种具有发展潜力的创新方向。

是打造更多IP电影。IP电 影不局限于单一的影院放映,而是 主动承担起跨媒介叙事引擎的核心 功能。作为故事世界的创意源头, 驱动游戏、动漫、衍生品等多媒介开 发;通过IP全产业链运营,实现从 单一票房收入到多元商业价值的转 动画电影因其天然的IP延展 性,适合采用这种制作思路。《罗小 黑战记Ⅱ》以"单元剧+大电影"的 开放式架构,不断引入新角色和新 故事线。片方还通过精心打造的手 办、文具、服饰等"萌系"形象衍生品 矩阵,奠定良好粉丝基础,形成创作 和营销的良性循环。《浪浪山小妖 怪》采取更系统的开发策略,除毛绒 玩具等常规衍生品获市场热捧外, 还规划主题餐厅、展览等线下体验 项目。多维度、立体化的IP运营模 式通过打造"浪浪山世界"的沉浸式 体验,有效反哺电影本体热度,形成 线上线下联动的消费闭环。

是更新商业大片的创作理 近期,多位曾缔造票房神话的 导演遭遇市场滑铁卢,这折射出商 业大片创作模式正经历深刻转型。 当下观众对商业大片的期待已从单 纯的故事讲述,升级为对强烈的情 感共鸣和社交话题性, 高密度的情 节刺激与视觉奇观体验等多重价值 的综合诉求。作为在这种创作转型 中实现突破的案例,《长安的荔枝》 在确保叙事严谨和人物立体的前提 下,通过创新的视听语言强化情感 表达,找到商业性与艺术性的平衡 点。影片开篇诵讨"主题公园"般的 盛唐街景呈现,交代李善德在长安 的漂泊生活。这既满足观众对历史 奇观的期待,又以古代职场的现代 隐喻,建立起与观众的情感连接。

三是以全媒体思维打造艺术电 艺术电影作为电影艺术探索的 重要阵地,在暑期档保持着旺盛的 创作活力。但这类影片因为观影门 槛较高,受众群体相对固定,而形成 了独特的传播与接受语境。全媒体 时代为艺术电影构建差异化生态系 统创造了全新可能。在放映端,可 以通过艺术院线联盟建立精准的线 下放映网络。在传播端,重点布局 网络点播、流媒体会员专享等数字 化渠道。在运营端,打造包含影片 导赏、导演访谈在内的内容矩阵 这种"轻资产、重传播、深运营"的模 式,让艺术创作摆脱传统票房指标 的单一评价体系,精准触达核心受 众群体,通讨内容增值和长线运营 开辟出与商业电影并行不悖的发展 路径,发挥其独特的文化价值和美 学探索优势。

纵观这些创新方向,一个共性 趋势是商业片与艺术片的传统边界 正在变得模糊,二者呈现出融合态势。市场与观众不再满足于单一类型的纯粹体验,而是既开始注重商业大片的情感深度与艺术价值,也乐于挖掘艺术片中独特的观赏性与商业潜力。这种你中有我、我中有你的融合,通过汲取彼此的优势,正在催生出更多样复合的新型电影作品,从而更好地满足受众日益挑剔的审美需求,吸引更广泛的群体走进电影所构建的丰富世界。

#### 影片发行营销及影院功能 开发都在转型

如今,单纯强调提升电影质 量,已无法从根本上解决电影业的 整体困境,因此我们必须在电影发 行营销放映、影院功能开发等维度 探索突围之路。暑期作为以学生 群体为核心的黄金档期,其观众构 成具有独特特征。因为学生年龄 跨度较大,对动画、动作、科幻、青 春等多种类型表现出强烈需求,这 为片方提供了丰富的类型开发空 间。暑期档里,影院还成为纳凉、 社交、文化体验的多功能空间,其 火热的消费氛围能激发其他年龄 层观众的观影欲望。《戏台》凭借导 演的知名度与戏曲元素的吸引力, 吸引大量中老年观众。猫眼想看 用户画像显示,该片40岁以上观 众占比高达51.7%,印证了细分市 场的开发价值。从这个角度看,当 前主流的全国同步上映模式,已难 以适应不同地域、不同观众群体的 差异化需求,因此探索电影发行的 创新模式势在必行。比如,分线发 行作为精准化策略,可根据地域文 化特征和受众偏好进行定制化排 片。以《戏台》为例,其在北京、天 津等北方文化重镇的表现尤为亮 眼,印证了区域化发行的市场价 值。在观众选择日趋审慎的当下 点映也成为影片口碑发酵的重要 环节。《南京照相馆》《戏台》《捕风 追影》均通过点映活动在社交媒体 引发热烈讨论, 为公映积攒了市场 动能。这种"口碑先行"的营销策

略成为重塑电影发行的新常态 影院功能的多样化转型也成为 行业发展的必然趋势。在保持常规 放映的基础上,差异化影院形态正 重塑着观影体验。IMAX影院、杜 比影院、4D影院等通过前沿视听科 技,为商业大片打造沉浸式体验,强 化影院观影的不可替代性。艺术主 题影院则专注于精品艺术电影放映 和经典影片重映,今年暑期档经典 影片重映数量、类型多,正是这一趋 势的印证。而社交复合型影院则能 突破传统放映边界,将高清戏剧、演 唱会直播、体育赛事等文化内容与 餐饮服务结合,打造新型文化社交 空间。这三种创新模式分别对应技 术赋能、文化深耕和场景拓展的发 展路径,共同构建起未来影院生态 的多样化图景。

<sub>景。</sub> (光明日报 桂 琳) 《生万物》"破圈"成爆款

# 打通年代剧的现代表达通道

《生万物》收官了。由刘家成导演,杨幂、欧豪主演的这部年代情感剧剧集平均收视率2.8863%,暂列今年央视八套剧集平均收视率第一;剧集实时收视率峰值4.3535%,打破近3年央八剧集实时收视率峰值纪录;截至目前,热播期累计全端播放量17.66亿;单日全端播放量峰值破2亿,全端播放量登顶近3年历史第一。

对导演刘家成来说,这样近乎"爆款"的收视成绩并未让他产生太多波动。从最初看到《生万物》的剧本,他始终关注的都是能否在相对具有年代感的故事中,找到与当下观众连接的可能。如今,《生万物》的播出不仅伴随着收视高企,还以超高的角色讨论度"霸榜",打通年代剧的现代表达通道已见成效。

### 改造跨度,更容易与观众 共情

从京味剧转型接拍年代剧, 对刘家成本人来说,这种跨越属于自主选择的"有意为之"。拍完 《正阳门下小女人》那几部京味剧,不愿意始终在一个题材类型 里打转的刘家成,转身去拍摄了 海军题材的军旅剧《海天雄鹰》, 随后就接到了《生万物》的剧本。

"一开始看的就是改编后的剧本,我先看了十来集,这十来集剧本恰好是故事的精华所在,一下子就吸引了我。"剧作《生万物》的原著名为《缱绻与决绝》,是一部人民文学奖获奖作品,时间跨度涉及四代人,比剧集长很多,但要把文字转化为影视,刘家成认为必须要做取舍。"我们从影视拍摄的经验来看,观众在15集的长度可以与一代人建立情感连接,但如果要拍四代人,可能观众刚跟上一代角色共情,立马跳转到下一代人的故事,就很容易弃剧。"

原著中涉及近百年的历史,就要做具体年代的取舍。故事最终选择了从1927年到1947年这二十年间作为主要时代背景,以宁绣绣和封大脚的人生为主线,同时连带反映出鲁南农村土地变迁背景下,宁、封、费三大家族两代人的命运沉浮。"事实上我们也没有放弃原著历经沧桑的人物视角,故事的开篇就是以年迈的绣绣回忆的角度重叙故事,而剧集的结尾也会延续到当下。"他说。

### 提亮人设,更符合当代价 值观

除了时间跨度上大刀阔斧的"改造",《生万物》相比原著的人物设定也有了很多变化。剧集播出时,热忱专一的封大脚因为对绣绣的死心塌地,被不少观众热捧,甚至直呼"嫁人就嫁封大脚"。而原著中,封大脚本身并没有这么"可爱",他对于绣绣在土匪窝的经历毫无怜悯,甚至以此来羞辱绣绣,有更多阴暗的部分。

"我们为封大脚增加了更多 爷们儿的气息,让他具备敢于承 担的气质,绣绣的人格也增加了 更主动的部分。"刘家成透露,不 只是主角人物,剧里如今很多被 观介更软的角色也经过了"提高" 处理,像宁学祥和封二自带搞笑的抠门属性,苏苏的人生里比较悲惨的部分都经过了调整。

"这种调整并不会减弱剧集 的批判性,我们要批判的是封建 糟粕对人的压迫,这种主题不一 定要很沉重,也可以用幽默的方 式去表达。"在刘家成看来,影视 作品天然带着价值观引导的职 责,"但影视作品的寓教于乐一定 是'乐'在先,我们可以把要表达 的东西糅在人物的命运中,用潜 移默化的方式去影响观众,而不 是刻意灌输。"刘家成认为,影视 作品不应该刻意卖惨,"我们的主 题是反映剧中人物对命运的反 抗,今天的观众在看剧时会设身 处地去反思,如果是我们身处其 中,能否做到这样的反抗。

### 农民指导,大山深处租地 种田

和过去大多数年代情感剧不同,《生万物》虽然是农村题材,但 突破性地起用了一大批年轻演员 担纲主角,杨幂、欧豪、邢菲、蓝盈 莹等一众年轻演员的面孔点亮了原本沉重的题材,也为该剧赢得了一批相对年轻化的观众群体。

在刘家成看来,起用年轻演员来讲述《生万物》的故事本身就是合乎剧本设定的选择,"剧里的绣绣、封大脚、苏苏和银子等人只有二十来岁,甚至比演员们都年轻,而故事本身的跨度又有二十年,需要演员有相对丰富的人生阅历。"目前的演员阵容就是奔着"合适"去选,而最大的难题或许就是,这些并没有什么农村生活经历的年轻演员,该如何去适应故事的农村题材。

刘家成透露,剧组的年轻演员都很勤奋,他直言如今的年轻人本身对于农村生活是没有具体概念的,但确定出演后一众演员都选择用各种方法去尽可能地接近角色。杨幂在进组前特意去了山东农村农民家中体验生活,学会了烧火炒菜和做基本的农活。"绣绣本身是地主家的大小姐,上过私塾,有一定的书卷气。她后来从大小姐变成农妇,开始接触土地和农活,整个变化的过程和演员自身是同步的。"

剧组为了保证演出过程中不 "露怯",还专门邀请了两位真正 的农民驻组指导演员表演,"锄头 怎么用,干活时不能看上去气喘 吁吁,要用巧劲儿,这些细节都要 经过具体而详细的指导。"

剧组为了营造良好的拍摄氛围,甚至不惜在山东当地沂蒙山深处租下几十亩农田,从插秧、播种到收获全程实拍。剧组主创亲身感受了农民"看天吃饭"的辛苦,也时常因为暴雨而无法完成预定的拍摄任务,一众主创由此深刻体会了剧中老百姓对土地的尊崇。

刘家成说,剧名"生万物"讲的 也是"土生万物",当剧中的绣绣真 正成为农民的一员,第一次参与 "打春牛",体会到土地对农民的重 要性,而后历经土地改革,真正深 刻认识到千百年来中国百姓与土 地的关系,土地魂也是民族魂,主 题就借此潜移默化地得以展现了。

(北京晚报 李夏至)