

中国电影“惊喜”年：

从单点突破到全域升级



张大伟 制图

◎记者 杨翔菲

2025年，中国电影迎来诞生120周年的重要节点。在年初的市场喧嚣与年中的行业沉淀之间，中国电影行业挣脱固有边界，走出了一条兼具突破力与生命力的“惊喜”之路。

截至12月25日，我国电影市场2025年票房已超过510亿元。年度票房前十名的影片分别为《哪吒之魔童闹海》《疯狂动物城2》《唐探1900》《南京照相馆》《731》《流浪山小妖怪》《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》，其中国产影片占据九席，合计票房超410亿元。

中国电影家协会联合大麦娱乐灯塔研究院发布的《2025中国电影市场及观众变化趋势报告》（简称《报告》）显示，预估全年观影人数达5.13亿，创下2020年以来新高。

这一年，电影不再只是单纯的娱乐选项，已成为承载情感共鸣、文化认同与极致体验的消费新载体，既激活了消费新活力，也筑牢了文化自信的根基。

动画电影：从亲子专属到全民共赏

2025年，中国动画电影实现了历史性跨越，体现了我国文化创意产业的蓬勃生机。

截至12月25日，动画电影票房已超251亿元，创下历史新高，占据全年总票房的近半壁江山，从“儿童专属”的银幕“配菜”，升级为撬动市场的核心力量。

春节档，《哪吒之魔童闹海》（简称《哪吒2》）以雷霆之势拉开序幕。154亿元的累计票房、8.4分的豆瓣评分，不仅刷新国产动画想象边界，也登顶全球动画电影票房榜，成为中国文化出海的亮眼名片——在北美、欧洲等海外市场成绩突出。《报告》认为，《哪吒2》出海，不仅是商业版图的拓展，也是中国文化自信的从容表达，标志着中国动画正以更加主动开放的姿态走向世界舞台。

一部现象级佳作，不仅能点燃电影市场的观影热情，也能撬动资本市场的投资热潮。随着《哪吒2》的火爆出圈，其出品方光线传媒股价在春节后一路攀升，与春节前最后一个交易日相比最高涨幅超330%，一度跻身千市值俱乐部。

“该片的成功背后，是中国动画工业体系的日益成熟。”灯塔专业版数据分析师陈晋在接受上海证券报记者采访时表示。

《罗小黑战记2》制片人曹紫建告诉上海证券报记者，《哪吒2》让观众从“带孩子看电影”的被动选择，变成观众的主动消费选项，为行业开辟了全新空间。

7月，《罗小黑战记2》接续热度，以8.7分的豆瓣高分斩获超5.33亿元票房。曹紫建将其成功归结为三大核心共振：善恶价值观的传递、二维手绘画风的差异化坚守，以及故事与现实的联结、角色与观众的共鸣。“无论是中国观众还是海外观众，都能从故事感受到人性共通的美好。”

8月，由《中国奇谭》之《小妖怪的夏天》原班主创打造的《流浪山小妖怪》成为年度黑马，以17.19亿元的票房创下中国影史二维动画纪录，8.5分的豆瓣评分则印证了观众的广泛认可。出品方之一上海电影旗下上影元相关负责人在接受上海证券报记者采访时表示：影片在艺术风格上融合水墨、工笔等传统中国绘画技艺与现代光影、空间层次感；叙事上则以现代观众喜爱的喜剧形式、视听语言激活古典内核，真正走进观众内心。

此外，《聊斋：兰若寺》《三国的星空》等风格多元的作品集中涌现，供给端持续扩容。在今年票房破亿元国产影片豆瓣评分前四名中，《哪吒2》《罗小黑战记2》《流浪山小妖怪》占据三席。拓普资讯数据显示，近九成观众认为头部国产动画已接近或超越好莱坞水平，而中国传统神话改编的国产动画票房优势明显。

陈晋直言：“无论是票房还是口碑，国产动画都实现了全面爆发，标志着其成功完成从‘亲子赛道’到‘全年龄段’的升级，彻底摆脱了‘儿童专属’的标签，极大拓宽了电影市场的基本盘。”

非票业务：从衍生业务到“电影+”生态

当票房与影视公司业务深度绑定，如何通过非票业务平滑电影业务的波动性，成为行业亟待破解的课题。2025年，多家企业加速探索，推动非票业务从单纯的衍生业务，升级为“电影+”多元生态，不仅成为产业突破的重要方向，还有效增加了文化消费产品供给。

万达电影今年夏天推出“超级娱乐空间”战略，将传统影院从单一放映场所，升级为融合观影、社交、娱乐、消费于一体的综合性娱乐目的地。数据印证了转型成效：国庆档期间，万达电影商品总销售额和销售数量同比均实现增长，延续了上半年商品、餐饮销售收入8.63亿元、同比增长12.90%的势头，其中衍生品销量同比增长44%，销售额同比高增94%，商业价值充分释放。

动画电影的爆发更带动IP衍生品经济升温。陈晋分析：“动画电影天然具备强大的IP衍生潜力，今年动画票房创新高，推动产业盈利模式从依赖单一票房，向多元、长效的IP运营生态拓展。”

光线传媒在《哪吒2》取得票房成功后，果断宣布从“高端内容提供商”向“IP创造者和运营商”转型，将谷子、游戏、卡牌、品牌店、主题乐园等纳入战略规划，试图通过IP运营平滑电影业务波动。

拥有丰富衍生开发经验的罗小黑团队，则围绕“生活化陪伴”构建IP运营逻辑。曹紫建介绍：“我们希望IP衍生覆盖观众衣食住行，让罗小黑的温暖治愈渗透日常。”其衍生产品分为两类：一是配合影剧上映的时效性限定潮玩、谷子；二是兼顾美观与功能的实用性的生活用品。

亮眼的数据佐证了这一逻辑的成功：电影上映后，免费发放的卡片、小海报首周发放了46万份，第二周补印10万份迅速消耗，积压五六年的库存全部清空，淘宝店衍生品一度售罄下架。

《流浪山小妖怪》的IP运营更具前瞻性。上影元相关负责人介绍，影片创作初期，团队就以“电影未映，产业先行”策略构建完整IP世界观与美学体系，为后续拓展奠定基础。截至目前，该片授权衍生及自主研发单品超800款，终端销售GMV近25亿元。

不仅如此，“流浪山宇宙”的沉浸式体验消费版图也在进一步扩大。在全国首家动画主题影院，SFC上影BOE-α超级影城，主题餐厅、实体商品、沉浸空间等正在持续通过电影IP撬动线下经济。其电影衍生XR体验产品更是国内首个与动画电影同步上线的沉浸式体验项目，打破银幕限制，将一次性观影转化为可重复、可探索的长线体验，持续沉淀IP热度。

行业合作也持续深化。随着《疯狂动物城2》热映，IMAX China与万达电影达成战略合作，深化品牌周边开发与IP衍生品业务拓

展。业内人士认为，这种合作未来将成为常态，“成功的电影都会伴随衍生品市场的深度挖掘，传统依赖票房的商业模式将被颠覆”。

持续创新：从科技赋能到内容为王

2025年，中国电影行业的创新实践双线并行：一方面以科技赋能升级观影体验；另一方面以内容提质回应观众期待，在“数字化转型”与“品质化创作”的双向驱动下，探索行业长效发展路径。

科技融合成为行业共识。上海电影3月与即梦AI开启“AI+影视”战略合作，落地“AI动画创作周”，为传统动画注入新活力；8月联合即梦AI、火山引擎发起“未来影像计划”，面向全球征集AI影像作品，推动技术与艺术的深度融合。

中国电影则在放映技术领域持续领跑。公司拥有自主知识产权的CINITY LED放映系统，在继CFL-10全球首获CTP1.4.1认证证书后，CFL-20S（20米CINITY LED透声屏）全球首获DCI CTP1.4.2+HDR认证。

在年末，现象级影片《阿凡达3》成为首部CINITY LED专属制作的3D高帧率好莱坞进口影片，中影为该片推出了CINITY独家4K、3D、48帧版本。通过4K高分辨率、3D、高帧率、高亮度、高动态范围、广色域以及沉浸式音效七大前沿技术，将潘多拉的瑰丽世界以最纯粹、最震撼的方式呈现给观众。

而在关于“在什么影院看《疯狂动物城2》效果更好”的讨论中，全透声CINITY LED屏幕也被众多影迷推荐。中国电影表示，CINITY LED透声屏采用精密穿孔工艺，实现25%的穿孔率，厚度2mm，是目前全球最薄、穿孔率最高、声音性能最好的LED全屏透声放映系统，能够让观众精准感受到发声位置，实现真正的沉浸式音效体验。

“十五五”规划建议提出，“推进文化和科技融合，推动文化建设和数字化赋能、信息化转型，发展新型文化业态”。这一系列探索，正是对上述要求的生动实践。

与此同时，观众的观影决策愈发审慎。《报告》显示，2025年观影人数创新高，但人均观影频次有所回落，这意味着只有真正优质的内容才能打动观众。

谈及2026年行业预期，作为多部真人电影和动画电影制片人的曹紫建保持谨慎乐观：“明年会是动画电影的‘小年’，影片数量相对较少，且观众观影目的性更强，只有口碑、视觉向的优质作品才能吸引观众。”他同时表示，从小接触多元动漫的年轻群体正逐步成为市场主力，未来10年行业空间将持续扩大。

中国电影表示，当前市场呈现开放多元的面貌，期待国产片与进口片共同发力，做大做强电影市场。从海外上映计划来看，2026年进口影片值得期待，将为观众提供更丰富选择。曹紫建认为，像今年一样，进口片可能在明年暑期档形成竞争，但市场发展的核心依然是作品质量。

《报告》认为，面向未来，电影创作的方向愈发清晰：视听必须“震撼”，类型必须“够味”，情感必须“够劲”。中国电影的下一程，不在于追赶票房的峰值，而在于以优质的内容供给持续赢得观众的信任。

“唯有真正理解这片土地上的故事与讲故事的人，理解银幕前的观众及其所思所感，中国电影才能在变革中坚定前行，在挑战中孕育新生。”《报告》的这个表述意味深长。

风口上的“铜博士”

◎记者 霍星羽 王敬博

铜价变动常被视为经济晴雨表，因此被称为“铜博士”。2025年，“铜博士”站上了“风口”。

这一年，铜价强势突破前高，站上新高：LME铜价突破11952美元/吨的峰值，沪铜主力合约首次超越94000元/吨大关。

这一年，铜的史诗级大戏上演：全球铜库存存向美国“迁徙”，纽约铜价一度高出伦敦近3000美元/吨，而这差距又在一天交易日内大幅收窄。

这一年，铜的金融属性熠熠生辉：铜价对美联储降息的预期和落地作出反应，市场提前交易降息预期，但铜价又在“靴子落地”后受到支撑。

这一年，铜的战略价值也为更多人所知：首次被列入美国关键矿产清单，矿业巨头跨界角逐铜矿，AI算力浪潮下“新能源基建金属”地位强化，“铜博士”已悄然升咖。

2026年，铜的前景仍然值得期待：除铜精矿外，精炼铜供应或也转紧，宏观与基本面共振下，铜价重心有望进一步上移。

价格震荡上行，产业冷暖不均

2025年铜价中枢上行，沪铜、伦铜接连突破历史新高。

数据印证着市场的热度。2025年前11个月，LME铜基金净持仓维持净多状态，且较去年大幅增加；国内A股铜概念板块年内涨幅超七成，紫金矿业、洛阳钼业等龙头企业股价翻倍，资本对铜产业的追捧可见一斑。

“这场狂欢的背后，是多重力量的共振。”中信期货研究所所长有色与新材料资深研究员张远表示。

美联储9月重启降息周期，全年3次降息释放流动性，美元指数走弱推动资金涌入大宗商品；美国关税政策的不确定性引发全球铜商“虹吸效应”；印尼格拉斯伯格铜矿停产、巴拿马科布雷铜矿复产无望等供应扰动，让国际铜研究组织（ICSG）将全球铜矿产量增速下调至1.4%，全球电解铜的供需缺口显现。

然而，一个尖锐的矛盾贯穿全年：资本的疯狂涌入推升铜价屡创新高，而实体经济却在原材料价格高企的挤压下面临较大挑战。

据上海证券报记者了解，受美国关税政策反复、市场价差变化以及铜精矿供应受限等因素影响，今年部分铜产业链企业感到压力较大。

“海外矿山享受铜价上涨带来的绝大多数利润；冶炼环节，拥有铜矿资源的铜冶炼企业受影响较小，而铜矿外采占比较高的铜企业受影响较大。”国金期货天研院资深铜分析师王建超在接受上海证券报记者专访时说，由于铜矿供应紧张加剧，铜精矿加工费（TC）在今年2月初进入负值区间后呈现加速下行态势，从5月至今，基本维持在-40美元/吨的低位水平。

“冶炼厂不仅无法赚取常规加工利润，反而需要向矿商支付费用，冶炼厂的利润受到较大影响。”王建超说，中国大型铜冶炼厂联盟决定2026年减产10%。

在张远看来，这种由利润严重受损驱动的主动减产并非孤立事件。他表示，受铜矿产量下降、TC低迷、冶炼厂亏损等因素影响，预计2026年全球铜产量增速将回落。

除此之外，上游原料端的压力还在持续向下传导。关税风波造成的供应链波动与矿石供应偏紧等问题，不仅加大了国内冶炼企业的原料获取难度，还加剧了下游加工企业的成本压力。

“价格震荡上行，产业冷暖不均”成为2025年铜市最真实的底色。

资源区域错配下供需失衡

当前铜的短缺，在很大程度上是一种“结构性短缺”。

“2025年，全球铜市场最显著的扭曲并非绝对数量的短缺，而是资源在空间上的强烈错配。”王建超说，一个本该统一的市场正

呈现“东西撕裂”的格局。一端是受关税预期驱动、战略囤积导致库存高企的美国，它非但未扮演价格的“稳定器”，反而加剧了价格扭曲；另一端则是库存下降，对任何供应扰动都异常敏感的亚洲与欧洲市场。

2025年2月，美国总统特朗普签署行政令，要求美国商务部根据232条款对铜进口是否威胁美国“国家安全”发起调查。

“美国对铜征收关税的潜在担忧，使得现阶段美国囤货需求强烈，持续驱动铜资源流向美国。”王建超分析，这种结构性失衡短期内难以缓解，成为支撑铜价高位运行的核心因素之一。

5月，COMEX铜库存今年首次超过LME库存，这种资源虹吸不仅改变了全球铜贸易流，也导致非美地区供应紧张。Choice数据显示：截至12月16日，LME铜库存降至16.7万吨的低位，自年初去库约10.3万吨；截至12月12日，沪铜期货库存较今年3月最高峰时下降约12.5万吨，处于3.26万吨的低位。

受访人士认为，这一“虹吸效应”之所以能产生如此巨大的市场影响力，离不开一个关键的背景，即全球铜供应链本就处于紧张状态。长期的投资不足、矿山品位下降以及运营干扰，使得供给弹性脆弱。当脆弱的供给链遭遇主动的、大规模的库存转移，局部短缺便被急剧放大。新能源与电力领域强劲的需求，则进一步固化了亚洲地区的短缺预期，使得任何现货的获取都需支付高昂的溢价。

战略布局中仍存现实挑战

2025年，铜的“咖位”悄然升级。

5月，联合国贸易和发展会议发布报告，将铜描述为“新的战略性原材料”；LME亚洲年会上，铜以压倒性优势获选“年度最具潜力战略金属”；11月，美国地质调查局发布了2025年关键矿产清单，铜作为新增元素之一赫然在列。

LME行政总裁张柏康在接受上海证券报记者采访时表示，从需求层面来看，铜在新能源汽车电机、电网基础设施及AI数据中心等领域的用途确实正在不断拓展，吸引了投资者的持续关注。

战略价值的提升，推动全球范围内的资源布局竞赛。

福德斯河业务增长及能源业务首席执行官葛司此前告诉记者，公司一直在密切关注未来产业对关键金属的需求，在澳大利亚、哈萨克斯坦、加拿大等地开展勘探工作，寻找的主要矿产产品就是铜。

国内，盛达资源12月8日宣布收购伊春金石矿业有限责任公司60%股权。金石矿业的核心资产为位于黑龙江省大兴安岭新林区460高地项目，已探明铜金属量达154万吨。

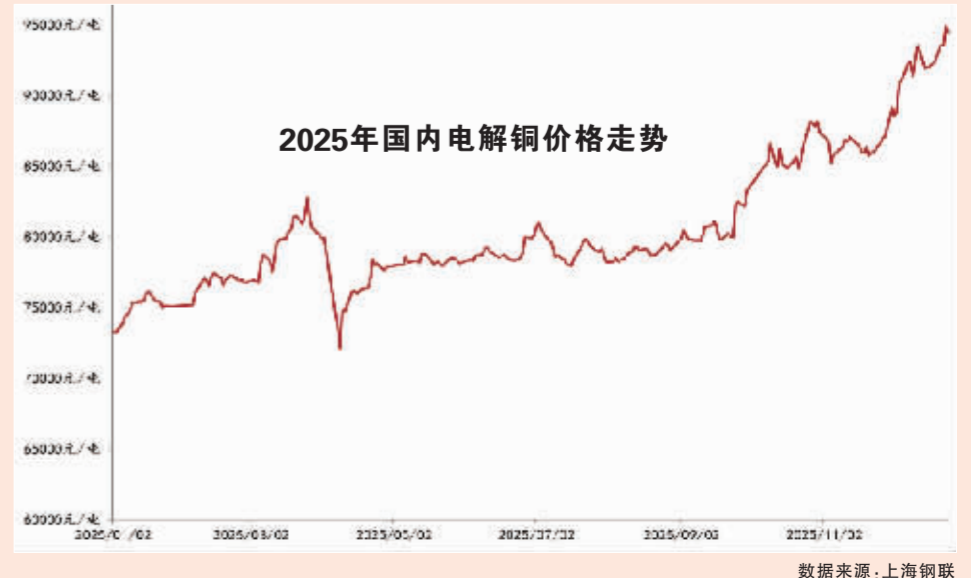
12月12日，云南铜业公告称，公司拟通过发行股份的方式购买大股东云铜集团持有的凉山矿业40%股份并募集配套资金。公开资料显示，凉山矿业主要产品包括铜精矿、阳板铜、工业硫酸等。

这场战略布局的背后，是行业对铜长期价值的共识，但落地过程中的挑战同样不容忽视。

资源端，优质铜矿储量高度集中，智利、秘鲁、刚果（金）三国矿产占全球近50%，地缘政治风险与环保压力制约新矿开发。全球铜矿品位从2005年的1.3%降至2025年的0.65%，开采成本较10年前增长超四成。新矿从勘探到投产平均需要较长周期，未来几年全球新增供应极为有限。

产业链端，“原料紧张—冶炼承压—下游成本高企”的传导链条持续发酵。2025年1月至9月，中国废铜进口增速从2024年的13.3%降至1.4%，冶炼厂被迫转向铜精矿，进一步推高原料需求；下游制造业遭遇成本冲击，“以铝代铜”替代进程在空调、电缆领域加速。

“铜的战略价值升级是确定趋势，但产业落地需要时间。”王建超说，当前行业面临优质资源稀缺、供应链稳定的困境，只有突破这些瓶颈，铜的战略价值才能真正转化为产业竞争力。



数据来源：上海钢联