中国电影报 CHINA FILM NEWS 2025.11.26
责编:鲍文娴 责校:张惠 美编:李骁 E-mail:zgdyb2004@126.com

银幕·屏幕·头显:
中国电影产业的三维突破与生态重构

■ 文/侯光明 陈 沄

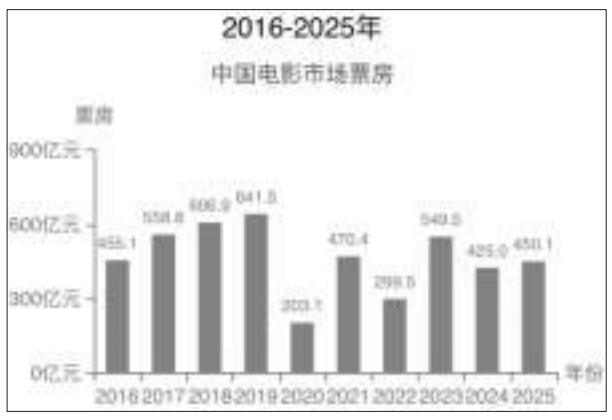

图1(来源:灯塔专业版 数据统计截至2025年11月9日)

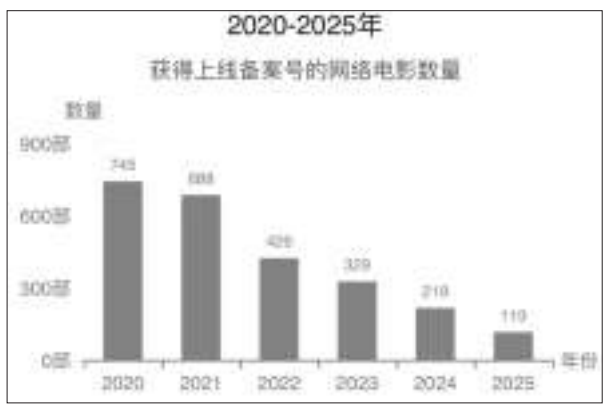

图2(数据来源:国家广播电视总局监管中心 统计截至2025年9月)

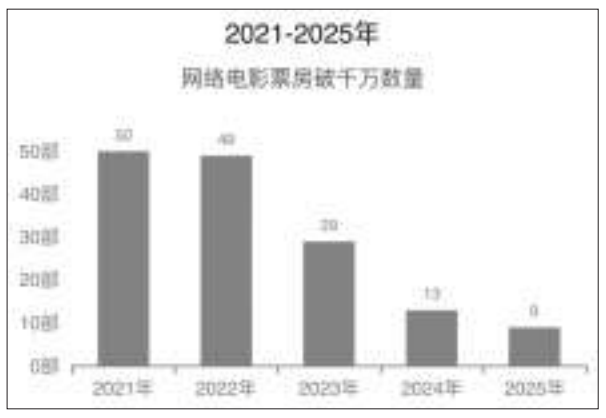

图3(数据来源:猫眼专业版 统计截至2025年10月)

图4(数据来源:IDC)

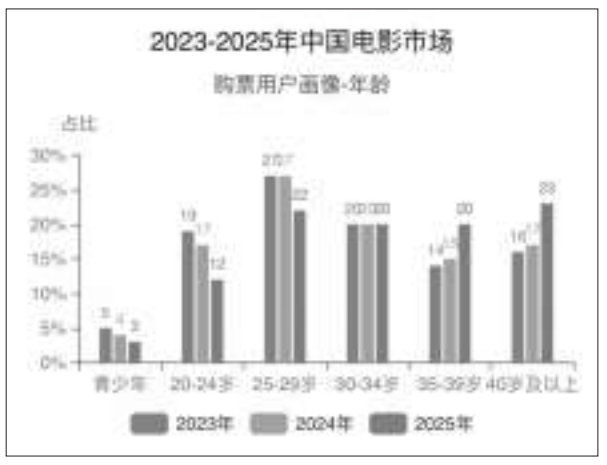

图5(数据来源:灯塔专业版 数据统计截至2025年10月17日)

图6(数据来源:灯塔专业版)

图7(数据来源:CNNIC中国互联网发展状况统计调查)

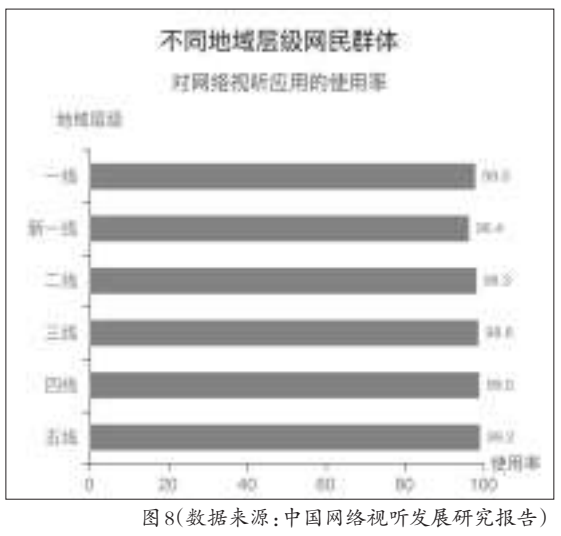

图8(数据来源:中国网络视听发展研究报告)

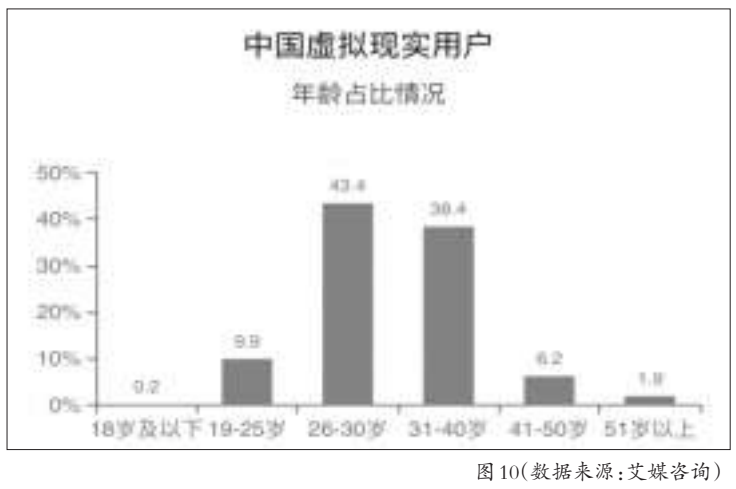

图10(数据来源:艾媒咨询)

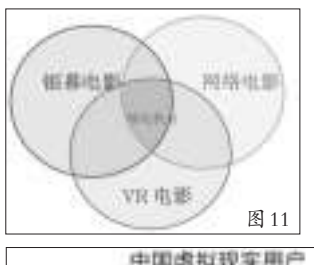

图11

图9(数据来源:艾媒咨询)

2025年是一个汇聚了历史、当下与未来的关键节点。它既承载着世界电影130周年与中国电影120周年的厚重历史,也连接着"十四五"圆满收官与"十五五"宏伟开局的未来蓝图。当下,中国电影正处于发展的十字路口,是要坚守大银幕的仪式感,还是要拥抱小屏幕的便捷性,抑或投身于虚拟世界的无限可能?中国电影路在何方?"破局"关键在于推动银幕、屏幕与"头显"的协同共生,构建一个彼此赋能的全新生态,为2035年建成"电影强国"目标奠定坚实产业基础,助力中国电影开启下一个辉煌的百年篇章。

困境与机遇——中国电影产业的十字路口

当前,中国电影发展正处于十字路口,挑战与机遇并存。数据显示,自2019年创下641.5亿元票房纪录后(图1),产业增长开始进入瓶颈期。近三年的数据尤为引人深思,2023年票房为549.5亿元,2024年回落至425.0亿元,到2025年小幅回升至450.1亿元。这一起一落的票房数字背后,暴露的是整个行业长期以来"一条腿走路"的严峻问题——收入结构单一,过度依赖票房,一旦票房不及预期,整个项目便面临巨大风险。在此背景下,行业需深化分线发行,精准触达目标受众,以激发市场潜力。同时,通过文旅融合、游戏联动等方式,拓宽电影产业链条,构建多元营收的产业模式。

在"提质减量"的持续推进下(图2),网络电影迈入"精耕细作"阶段。但数据显示,分账票房破千万的作品数量不增反减(图3),"提质"效果并不明显。究其根本,是因为大多影片的视觉效果虽然达标,但故事架构却单薄苍白,难以满足观众日益提升的观影质量需求。与此同时,微短剧凭借快节奏叙事和高密度"爽点",迅速抢占用户市场,进一步对网络电影的叙事深度和制作水准提出了更高要求。

2025年3月,国家电影局发布了《关于促进虚拟现实电影有序发展的通知》,并颁发了中国首批虚拟现实电影"龙标",至此中国VR电影步入规范化发展。但技术建设标准的缺位、硬件成本高昂、"沉浸式叙事"不成熟等问题依然突出。据IDC数据显示(图4),2024年中国AR/VR"头显"(头戴式显示设备)出货量仅占全球6%,用户普及率较低,严重制约产业发展。

技术的发展不断推动媒介迭代,用户的观影习惯也随之变化。因此,厘清银幕、网络与VR电影背后的用户画像,有助于把握市场规律,优化内容生产与分发策略,实现电影产业的"三维突破"与生态重构。

银幕电影追求沉浸体验与社交仪式感。银幕电影的消费主力是20-34岁的年轻观众(图5)。他们不仅追求影院带来的极致视听体验,更将"观影"视为重要的线下社交仪式。其中,双人观影比例长期占据50%以上(图6)。尤其是在春节、国庆等特定时期,亲友结伴观影,成为他们连接情感,构建共同记忆的重要社交方式。

网络电影注重观看便捷性与碎片化。截至2025年6月,我国网络视频用户规模已达10.85亿(图7)。其中,长视频用户规模达7.01亿,占网民整体的62.4%。另外,三、四、五线城市网民对网络视听应用的使用率均在99%左右(图8)。庞大的用户基础、广泛的地域覆盖以及高度成熟的付费习惯,共同构成了网络电影的消费基石。这些用户注重观看的便捷性与自主性,习惯于利用碎片化时间观看,并通过在弹幕与评论区互动,实现线上社群交流。

VR电影拥抱前沿科技与深度交互。数据显示,中国虚拟现实技术的用户性别比例相差不大,男性为53%、女性为47%(图9)。其中26-40岁的中青年群体是重要组成部分,占比高达81.8%(图10)。这些用户不再满足于被动"观看",而是渴望"进入"并"参与"到故事之中。

由此可见,这三类用户群体存在一定的重叠与转化(图11)。银幕电影、网络电影与VR电影的受众在年龄、内容偏好、地域分布和题材类型上既有区分又有重叠(图12),构成了协同发展的用户基础。因此,中国电影的未来,在于能否精准洞察这一趋势,并以此为导向,实现内容精准供给。

守正创新——银幕电影的破局之道

守正,即以内容为王,讲"好故事"。无论电影产业如何变革,讲"好故事"始终是不可替代的价值内核。近年来,资本为了规避投资风险,倾向于选择拥有一定粉丝基础的网络小说进行影视化改编,以期依靠IP热度实现市场引流。但由于剧情被大量"魔改",故事内核疏于打磨导致作品沦为空洞的符号。如《斗破苍穹》《斗罗大陆》等超级IP,改编后的作品世界观构建苍白无力,人物形象塑造单薄,故事结构松散,不断消耗IP价值。《流浪地球》虽然也是根据同名小说改编,却充分尊重科幻电影的视听特质与叙事规律。编剧在保留太阳氦闪危机和"带着地球去流浪"的故事内核基础上进行适当改编,通过危机叙事将人类情感细致呈现,实现"硬"科幻的"软"处理。同样,《你好,李焕英》《我不是药神》等影片的成功,也再次证明唯有回归内容本身,凭借真实的笔触讲"好故事",才能引发观众的情感共鸣。

创新,即技术赋能,讲好"故事"。2025年,既是"十四五"规划收官之年,也是"十五五"规划起航之时。从"高质量发展"的宏伟擘画,到"新质生产力"的路径引领,技术革新正以前所未有的力量,重塑中国电影的生态格局。科技与创作的深度融合,不仅能让电影更加好看,更是讲好"故事"的关键力量。近年来,AIGC的兴起,深刻重塑了电影工业的创作流程。以DeepSeek、豆包、ChatGPT为代表的生成式人工智能在文本、音频、视频等方面展现出强大的生成能力。虚拟拍摄的出现,为创作者提供了一个可实时预览、自由创作的"数字沙盘"。《刺杀小说家》《长空之王》等作品,通过虚拟拍摄系统完善画面,不断优化视觉效果,实现电影工业与技术美学的深度融合。

破局,即精准供给,焕活市场。分线发行通过优化影片供给结构,满足观众多元化需求,而这也给了中小成本电影、纪录电影、动画电影生存空间。它们可以通过"专线发行"或"特定区域发行",在目标城市或特定文化圈层进行运营,让"好故事"抵达真正想看的人。同时,推进市场下沉有助于挖掘三、四线城市及县镇的观影潜力,填补市场空白。同时,来自市场的需求反馈,也将进一步反哺电影创作,激励电影创作者产出更丰富、更具本土特色的内容。此外,由银幕市场验证与孵化的优质IP,其庞大的世界观与深厚的观众基础,也为后续向网络电影、VR电影等形态的衍生与转化提供了无限可能。

多元拓维——网络电影的升阶之路

精耕细作,产业升级。网络电影作为互联网时代孕育的新兴艺术形式,已成为文化产业中不可或缺的部分。网络电影从早期的"野蛮生长"逐步转向"垂直化""精品化""厂牌化"创作。具体而言,网络电影不再一味追求"通吃型""爆款",而是垂直细分题材类型,以服务特定"趣缘群体"。如《兴安岭猎人传说》将东北林区秘闻与悬疑叙事相结合,实现票房与口碑的双丰收,其续作继续深耕这一领域。在"提质减量"的背景下,各大平台和制作方转向"精品化"创作,如《鬼吹灯之湘西密藏》深入湘西实地取景,运用逼真的特效镜头打造视觉奇观。同时,各大平台通过厂牌化运营,如爱奇艺的"奇悬疑剧场"、优酷视频的"白夜剧场"等,持续推出风格统一、品质稳定的作品,以此树立鲜明的品牌标识。

数字赋能,生态重构。进入数字时代,新技术为网络电影生态构建注入了全新活力。具体而言,网络电影借助数字技术让观众体验了逼真而又沉浸的视听盛宴。网络电影《硬汉枪神》将游戏的"第三人称视角"、瞄准镜中的"第一人称视角"与电影镜头语言巧妙结合,实现视角间的无缝切换,让观众彷佛亲临游戏现场。此外,大数据通过收集、分析用户的行为数据构建用户画像,了解用户的需求,实现个性化的内容推送。在营销宣传上,网络电影借助短视频平台实现精准引流。短视频的"短平快"优势,精准契合了现代人碎片化阅读习惯,通过强感官冲击力的视听画面吸引用户注意力。而平台内嵌的点赞、评论、转发等互动功能,使得用户从被动的信息接收者转变为主动参与者,扩大了网络电影的传播范围。

多元探索,模式革新。在激烈的市场竞争中,网络电影必须打破早期单一的票房分账模式,转向探索更为多元的盈利结构。行业早期依赖投机性策略吸引用户点击,却忽略对内容品质的深耕。为此,平台将分账标准从"6分钟有效付费点击"调整为"按播放时长分账",引导创作者关注作品质量。同时,制作方也在不断探索其他盈利渠道。一方面,通过开发IP衍生品,将一次性观看流量转化为持续性消费。另一方面,推动广告合作从简单植入转向与剧情深度绑定,实现内容与营销的自然共生。随着制作成本的攀高,"多平台拼播"模式随之兴起。这种模式虽降低了单平台的投资风险,但也暴露出一系列问题,如各平台会员体系割裂、会员费持续上涨以及额外付费项目频出等,严重影响了用户体验。未来,若能构建一个融合银幕、网络与VR电影的"大电影"会员体系,推动多终端权益互通,将是实现生态共赢的关键。

虚实共生——未来影像的形态演进

标准引领,产业筑基。全国电影标准化技术委员会一届三次全体会议上强调,要加强电影关键技术领域标准化研究制定,推动标准与科技创新融合发展,要始终坚持问题导向,系统谋划、重点突破、综合施策,以更加开放包容的态度,锚定建成电影强国目标,以标准化推动文化和科技深度融合,繁荣中国电影市场。2025年4月,《唐宫夜宴》获得中国首张VR电影公映许可证,标志着行业在内容审查、技术规范与发行机制上迈出关键一步。此外,行业在制定VR电影技术标准时,就应前瞻性地考虑其与现有电影工业体系的兼容性。如在虚拟制片、动态捕捉、实时渲染等领域建立通用规范,有力推动优质数字资产在银幕、网络与VR电影之间高效流转与多次利用,夯实协同发展的技术根基。技术本身不是终点,通过技术赋能文化创作、提升艺术表现力,推动电影产业高质量发展才是根本。

叙事失衡,体验迷途。当前VR电影过度依赖宏大场景的构建来完成叙事,导致情节推动生硬、戏剧冲突薄弱,难以满足观众的审美期待。VR电影《唐朝诡事录》中,观众虽可"亲临"盛唐,却依赖旁白解说推动剧情发展,人物的挣扎与成长被视觉奇观淹没。这表明VR专属的叙事语法尚未成熟。此外,VR技术赋予了观众前所未有的视觉自由,但也带来了注意力"失控"的问题。传统电影通过构图、光影等手段,引导观众观看。而VR电影将观看权交还给观众,这固然带来了探索的乐趣,却极易让观众在众多视听信息中迷失方向。因此,如何在不剥夺沉浸体验的前提下有效引导观众,将成为VR叙事艺术突破的重点。这既是挑战,也是机遇。未来VR电影创作或可依托AI,对用户的视线与行为进行动态分析与实时反馈,实现对用户注意力的隐形校准。

场景融合,业态焕新。"LBE从基于位置的移动增强现实系统发展而来",又被称为VR大空间。它把"走"这种交互方式发挥到了极致,用户可以边走边看,这使得VR大空间与文旅产业的结合充满了无限可能。一种是用文旅思维重塑VR影像的运营与消费场景,将VR空间打造为一个独立的、具有强大吸引力的旅游目的地。如《隐秘的秦岭》通过构建关于秦岭生态的虚拟世界,使其成为可供运营与消费的"数字景点"。另一种是将VR体验作为实体景区的衍生与补充,赋能既有文旅经济。比如陕西文化产业投资控股集团利用文旅资源优势,在5A景区大唐芙蓉园附近打造数字娱乐综合体,推出沉浸式VR展《永恒之美·巴黎圣母院》,巧妙地承接了大唐芙蓉园的巨大客流,将VR体验转化为对实体旅游的消费延伸,实现了客流价值的高效变现。

融合共生——协同发展与价值共创

内容联动,助推IP协同开发。银幕、网络与VR电影协同发展的关键在于有机联动,方能产生"1+1+1>3"的效果。具体而言,银幕大电影作为作品价值的"引爆器"奠定市场基础;网络电影作为生态构建的"拓展器"深耕IP支线故事;VR电影则作为体验端的"深化器",让观众直接参与故事。值得一提的是,这一过程并非单向线性的,而是动态可逆的。经过市场验证的网络电影,有机会升级为银幕电影;而VR电影,也可以借助其沉浸体验的优势,为银幕电影和网络电影引流。

技术共享,是协同发展的底层支撑。技术是实现银幕、网络与VR电影协同发展的底层支撑。构建技术共享平台能够有效降低生产制作成本,如借助实时渲染引擎与LED虚拟影棚建立虚拟制片平台,实现数字资产的"一次创建、多次利用"。此外,技术共享还促使创作理念的共融共生。IMAX宏大的画幅呈现与极致的细节刻画,为VR电影构建更具戏剧张力的叙事提供重要参考。而VR电影探索的空间音效、动态光影等"隐性引导"技术,也为银幕与网络电影营造更深度的沉浸感提供新思路。未来,随着5G、AI、虚拟现实等技术的发展,电影产业的技术共享将不断深入,打破不同形态的固有壁垒,催生出更多的影视形态。

市场分层,差异化体验满足多元需求。如今的电影市场已从单一的影院放映,形成了银幕、网络与VR电影三者并存的格局。它们通过提供差异化的体验,满足了观众日益分化的需求。其中银幕电影的影院空间为观众提供不可替代的"仪式感观影";网络电影以其便捷性与灵活性,契合了用户"碎片化观影"习惯;VR电影则依托前沿技术,为用户打造"深度沉浸体验"。它们并非彼此割裂,而是互相渗透、彼此赋能。在这场变革中,"电影"的内涵也在不断丰富和延伸,它不再仅仅指代黑暗影院里放映的那束光,更包含了从手机屏幕到VR头显,以动态影像为核心的一系列综合体验。

构建中国电影的"三维生态"

"十五五"规划建议明确表明需要加快推进文化和科技融合,推动文化建设数智化赋能、信息化转型,发展新型文化业态。为实现这一目标,需要从政策引导、产业协作与标准建设入手。

第一,银幕电影强化内容创新与市场下沉,筑牢生态基石。设立"优质原创电影剧本孵化基金",给予原创剧本全链条补贴,减少对网络IP的依赖。建立精准排片系统,让多元内容精准抵达目标观众,并深挖下沉市场观影潜力,填补市场空白。对跨形态开发成功的电影IP给予政策和资金支持,引导银幕电影从策划初期就考虑IP的长期价值。

第二,网络电影推动商业模式革新与生态破壁,拓展产业维度。推行"按播放时长"与用户评分相结合的分账模式,建立"网络电影质量评审委员会",给予优秀作品平台扶持和奖金鼓励。各平台强化厂牌化运营与精品化创作,鼓励新类型创作,支持垂直深耕与差异化竞争。推动建立银幕、网络、VR观影权益互通的会员体系,打破平台壁垒,为用户提供一站式电影消费体验。

第三,VR电影加快标准建设与叙事探索,开辟生态前沿。推动VR电影建立行业技术标准,并出台VR电影内容审查的试行规范。设立"VR电影叙事语言研究专项基金",支持校企合作,支持利用AI等技术探索VR特有的叙事语言。鼓励"VR+文旅"场景融合,推动VR体验为文旅建设赋能,实现客流变现与产业扩容。

归根结底,技术是手段,文化是灵魂,体验是归宿。基于此,中国电影的未来,需要摒弃"非此即彼"的思维,而要以新兴技术为纽带,推动三者从形态共存走向内容共生、技术共享与市场联动,实现向"电影强国"的稳步迈进。

(侯光明,北京电影学院教授;陈沄,北京电影学院博士生)

	受众年龄	内容偏好	地域分布	题材类型
银幕电影	20-34岁	社交、仪式、沉浸视听	各县级城市(三、四级城市潜力巨大)	动作、冒险、喜剧、科幻
网络电影	15-50岁	便捷、自主选择、类型化	二、三线及以下城市	奇幻、玄幻、动作、冒险、喜剧
VR电影	26-40岁	交互性、沉浸感、新奇	一线、新一线城市	悬疑、惊悚、科幻

图12