



2025中國電影海外票房不斷刷新紀錄

數量質量雙突破 工業化革新助力國產片出海



電影《東極島》在英國倫敦舉行歐洲首映禮。

觀眾選購《浪浪山小妖怪》周邊產品。

今年以來，中國電影海外票房不斷刷新紀錄，春節檔、暑期檔、國慶檔的多部影片在海外熱映，無論從出海的數量還是質量上都有了新突破。

數據顯示，2025年國產電影票房前20位的影片有15部實現了海外上映。春節檔期間，《哪吒之魔童鬧海》《唐探1900》《封神第二部：戰火西岐》《射鵰英雄傳：俠之大者》等影片在國內熱映的同時，也在全球多個國家和地區同步上映。



電影《731》在北美130餘家影院上映。

【大公報訊】據央視新聞報道：暑期檔熱映影片《南京照相館》《東極島》等也在澳洲、新西蘭、美國、加拿大、英國等多個國家上映。電影《731》自9月公映以來，已登陸澳洲、新西蘭、北美等區域，僅北美就有130餘家影院同步上映。

北京師範大學藝術與傳媒學院講師彭侃表示：在《哪吒之魔童鬧海》的帶動下，我們看到更多的片方有了主動出海的意識，所以在海外發行的片子增多，而且覆蓋的國家和地區的範圍也在擴大。比如說《哪吒之魔童鬧海》，最近進入了拉美地區的16個國家上映，還有比如說《射鵰英雄傳：俠之大者》，通過跟索尼這樣的國際公司合作，進入了保加利亞、伊拉克等之前可能很少進入的國家上映。

共情傳播 拉近全球觀眾距離

今年在海外市場表現亮眼的中國電影作品最為顯著的變化就是打破了類型和題材的局限，以創新的題材、多元化的類型，以及共情傳播，拉近了全球觀眾的距離。

彭侃續說：比如說《捕風追影》，它關注的主題是AI時代詐騙的問題，其實是全球共同面對的挑戰，所以它也能夠為海外的觀眾所理解、所認同。

共情傳播更是拉近了不同文化背景的觀眾之間的文化認同距離。例如《哪吒之魔童鬧海》雖然講的是中國神話故事，但其中探討了親情、友情和家庭責任等現實話題，讓全球觀眾在情感上產生了深

度共振。《南京照相館》等二戰題材影片，則通過普通人的視角，讓人們再次回望那段全人類的歷史記憶。

這些影片不僅關注了「我們想表達的」，還關切到「國際觀眾想看的」，實現了由「走出去」到「走進去」的更深層次轉型與突破。

彭侃表示：從文化傳播的角度來看，中國電影的出海，展現了我們中國的文化自信，能夠有效提升我們中國文化的國際吸引力、影響力和號召力。

全球虛擬製作專利佔比第一

今天的中國電影能夠講出更精彩的「世界級」故事，除了敘事能力升級之外，電影產業的工業化革新，也是助力國產影片走出去的重要因素之一。

今年年初，《哪吒之魔童鬧海》憑藉其卓越的品質成了中國影史票房冠軍。影片集結了全國100多家動畫公司、4000餘名製作人員，通過產業協同平台，形成了涵蓋建模、特效、渲染等全流程的矩陣化執行體系。

這種精密協作模式，加上AI動捕技術、實時模擬渲染技術等尖端技術的融合應用，真切展示了中國電影的「體系化生產」和全鏈條協同。

而《封神第二部：戰火西岐》用2000餘個特效鏡頭，讓東方美學和傳統文化有了可被全球感知的視聽載體，展現了中國電影產業工業化發展的整體

水平。

彭侃表示：我們今年看到的在海外票房表現最好的這些國產影片，應該說他們都是代表了各自類型到目前為止，國產電影的最高的工業化水平。在全球虛擬製作的專利排行榜當中，我們中國目前佔比達到了52%，位列全球第一，這代表着我們中國電影的工業化水平是在快速進步的。

IP開發 從「作品出海」到「產業出海」

近年來，國產影片在不斷創造華語電影海外票房新紀錄的同時，也逐漸擺脫了單一的「片子走出



《封神第二部：戰火西岐》有2000餘個特效鏡頭。

去」，而是全面探索業態路徑，通過不同方式，實現了電影的「產業出海」。

國際市場的文化差異與受眾偏好，決定了中國電影「走出去」需要「一地一策」的精準投放。例如《封神第一部：朝歌風雲》在法國上映時重新剪輯預告片，讓非華人觀眾能更好理解電影主題，這使得影片上映時法國本地觀眾與華人觀眾的比例達到了3:1。

而在東南亞地區，當地觀眾普遍對中國電影的接受度較高，通過明星效應和社會議題能夠精準破圈。而一些動畫電影則會針對海外受眾進行IP衍生品的授權開發。

《浪浪山小妖怪》總製片人李早表示：針對不同區域的合作夥伴，一起來認真研究分析我們作品的內容，在相應的海外區域可以有針對性的措施，比如說，有一些區域可能會理解我們文化的內容，有一些地區可能會更喜歡我們的畫風，還有一些區域可能可以產品先行。

今年以來，中國電影人還通過在海內外舉辦電影節及電影展，為中外電影人提供了解中國社會發展變化的機會。

彭侃表示：電影節是推動電影文化交流、幫助我們中國電影擴大朋友圈、擴大關注範圍的一種很有效的方式。最近幾年這種在海外舉辦的中國電影節越來越多，放映影片的類型也越來越多樣化，有效提升中國電影的海外影響力。

匯聚海內外逾120藝術家多元創作

ArtNext Fair 2025新藝潮呈現原創活力

適逢創辦十周年，ArtNext Fair 2025新藝潮昨日起於PMQ元創方對公眾開放。今次展覽匯聚逾120位本地及海外藝術家，呈現繪畫、雕塑、裝置及多媒體等多元創作，並推出十周年特展並頒布多項獎項，展現香港原創藝術活力。展期至10月20日，公眾需購票入場。

大公報記者 郭悅盈



主禮嘉賓合影。大公報記者郭悅盈攝



展廳現場。



香港漫畫家Kiu帶來長衫題材的畫作參展。大公報記者郭悅盈攝

展覽開幕儀式昨日舉行。主禮嘉賓包括文化體育及旅遊局局長羅淑佩，立法會議員李浩然，香港藝術發展局副主席楊偉誠，香港故宮文化博物館館長吳志華，香港恒生大學藝術及設計系系主任許焯權，ArtNext Fair新藝潮創辦人黃白露等。

「版畫對話」橫跨40年

羅淑佩致辭表示，「今年的博覽會吸引了來自世界各地的藝術家參與，展出作品涵蓋繪畫、雕塑、裝置藝術、錄像及多媒體等多個範疇，展現出當代藝術多元而豐富的面貌。這樣的國際交流與創作互動，不僅能促進香港與世界各地藝術家的對話，也為國家及本地的藝術發展注入新的活力。正如行政長官在最近的施政報告中提到，香港將進一步發展高端藝術品交易平台，吸引更多國際畫廊與專業人才落戶，壯大藝術生態圈。」

展覽中，「版畫對話」與「青春筆墨」由沈平與鍾大富共同策展。其中「版畫對話」分為兩個主題：「1986-1994年經典作品回顧」，回顧了1986至1994年間中國版畫的重要發展，展示藝術家在傳統基礎上不斷創新的技藝與視角；以及「青年藝術家的嶄新探索」，展出來自日本、中國香港、中國台灣及內地的年輕藝術家作品。

「十秀藝行」紀念十周年慶

ArtNext Fair 2025新藝潮的另一焦點項目是「大師系列」，展示三位具有代表性的藝術家作品：香港當代水墨藝術家黃孝達，以新水墨手法描繪香港的城市與自然景觀；美籍華人藝術家左夫，作品融合東西方藝術元素；以及台灣超寫實主義藝術家卓有瑞，將寫實圖像與詩意抽象相結合。

ArtNext Fair新藝潮在2015年創辦，過去10年間，4屆藝博會共展出逾400位藝術家作品，參觀人數逾80000人次。今次為呼應周年慶，展覽特別邀請十位以往入選的優秀藝術家參展，在「十秀藝行」項目展示他們最新的藝術進展與風格成就。



洪強新媒體作品《指佛尋禪》。

在「十秀」創作中，作品不乏在地特色，例如賴筠婷的《康樂棋盤》，畫中呈現了香港日常生活場景，如滑梯、盪鞦韆、玩紙飛機等。

此外，ArtNext Fair 2025新藝潮將帶來涵蓋不同媒介與風格的主題展覽，其中包括洪強新媒體作品《指尖的覺醒》、展現香港多元化視覺藝術的「港藝維度」等。開幕儀式現場亦設頒獎環節，包括「ArtNext國際藝術家大獎」「龍泉望駝、陶溪川駐村藝術家獎」等，以表彰在不同領域展現出卓越創作力的藝術家。

「長衫日常」聚焦旗袍穿搭

香港漫畫家Kiu以「長衫日常」為主題參與展會。她笑說，這個系列的靈感來自自己多年對旗袍的喜愛——「我畫的都是自己平時穿的那些旗袍，畫的也是我日常會做的事。」原本只是一本小插畫書的構想，後來因受邀參展，她便將作品擴充為現場展出的形式。

展位中陳列的旗袍都來自她的個人收藏。Kiu希望觀眾看到的不僅是服裝，更是一種生活態度。除了插畫與旗袍，她還設計了一個扭蛋機，採用類似「盲盒」的形式，在捐款一百元後就有機會參與扭蛋，且根據扭蛋結果來獲取相應顏色的環保袋。此外，展位中亦有售筆記本、文件夾等周邊商品。

Kiu補充說，這次參與的活動由長衫協會主辦，「長衫文化在香港真的很有特色，像這樣把旗袍融入校服的傳統在其他地方已經比較少見，但香港仍有十多間學校保留着這個特色。」她認為，這樣的延續本身就值得珍惜，也希望「長衫日常」能讓更多人重新注意到旗袍與日常生活之間的連結。

展訊

ArtNext Fair 2025

展期：即日起至10月20日
地點：PMQ元創方（中環鴨巴甸街35號）