

中国电影发行放映协会电影技术分会2025年度会员大会日前举办 以科技创新为核心驱动力 推动中国电影技术实现更高质量发展

■文/本报记者 赵丽 李霆钩



日前,中国电影发行放映协会电影技术分会2025年度会员大会在海南陵水召开。会议期间,中影科技执行董事、中影CINITY总经理、中国电影发行放映协会电影技术分会会长边巍就行业发展现状、核心技术突破、未来规划等关键议题发表报告。

他表示,过去一年,电影技术行业紧扣“十四五”收官与“十五五”谋划的关键节点,以新质生产力培育为核心,在技术创新、标准建设、生态完善等方面取得多项突破性成果,行业已从规模扩张全面转向质量效益提升的新阶段。

技术创新多点开花

谈及2025年行业核心进展,边巍认为,技术创新是驱动产业高质量发展的核心引擎,会员单位在关键技术攻关、放映终端升级、数字化运营等领域亮点纷呈。截至2025年10月底,全国营业影院达15438家,银幕总数突破9.2万块,县级及乡镇影院占比接近40%,市场规模稳步增长的同时,技术迭代速度持续加快。

在核心技术攻关方面,中国电影科学技术研究所发挥龙头作用,推动《数字电影LED影厅光学技术要求和测量方法》国际标准立项,在AIGC国产化装备训练、智能化票房核验、生成式AI修复等领域开展示范应用研究,自主研发的国产IMB媒体模组、沉浸式音频编解码工具等产品,为行业技术自主化提供重要支撑。同时,科研所牵头编制多项VR电影行业规范,推

动国家电影数字资产平台建设,构建起完善的版权保护生态体系。

放映终端技术升级成为行业亮点。中影科技自主研发的CINITY LED高格式电影系统实现全链条技术突破,其20米、23米全透声LED电影屏不仅实现开孔率最大、屏幕最薄,更屡次突破获得DCI最新版本CTP1.4.2和1.4.3测试认证,成为全球首获DCI HDR标准认证的LED影厅放映系统,CINITY LED及母版制作系统获得国内及国际全部制片公司认可,为中国上映的全部影片提供专属CINITY LED版本,这一技术突破更是荣膺2025年第十八届中国电影电视技术学会科技进步一等奖和第二届中国(重庆)科技电影周“年度杰出自主研发技术”荣誉,并入选国家科技传播中心科技成就数字展库。全新推出的CINITY Camera摄影机支持原生4K、120fps高帧率拍摄,打通了从拍摄、制作到放映的新技术格式电影全产业链。环球数码联合中影推出的DCI HDR认证媒体服务器,支持4K 3D 120帧/秒播放;中影巴可SP2K-C系列荧光粉激光放映机通过光源技术改进,实现画质与能耗的平衡;华夏利亚德、中影光峰等企业在LED显示、激光光源等领域的技术创新,共同推动观影体验持续升级。

LED显示与声学技术的协同创新有效解决行业痛点。时代华影16米、20米LED影厅透声屏最大开孔率提升至33%,索威科技通过全声消室测试优化透声屏声学参数,音王集团凭借SSSA专利算法攻克实体LED屏人

声聚焦难题,微晶视界高增益超级白幕在实现2.5倍增益的同时将激光放映散斑对比度控制在4%以内,实现了视听体验的精准匹配。边巍表示,这些技术突破不仅提升了观众观影感受,更构建起行业差异化竞争优势。

数字化赋能让行业运营效率大幅提升。中影创新完成二级市场放映平台升级,密钥生成能力提升百倍,播放服务器支持80Mbps以上高码流播放;华夏影联通过实时定位系统提升外勤团队响应效率;泡泡堂TMS系统实现与国内主流售票系统实时数据同步,探索AI在放映质量监控中的应用;中数发展采用定制化CDN技术与边缘节点部署实现DCP高速传输与断点续传,构建的数据分析平台为发行决策提供有力支撑,数字化转型已成为行业降本增效的关键路径。

标准建设与生态完善并行

在谈及行业生态建设成果时,边巍表示,标准体系构建与服务能力提升是行业行稳致远的重要保障。2025年,技术分会聚焦标准引领、人才培养、多元融合等重点方向,为行业发展提供全方位支撑。

标准建设取得实质性进展。7月,技术分会联合中国影视摄影师学会主办高格式电影拍摄用LED灯具技术标准研讨会,汇聚产、学、研、用各方力量,推动建立从摄影机到灯具的全流程专业标准体系。此前上报的《关于2024年电影技术行业发展座谈会形成行业建议的情况报告》,为LED放

映技术规范发展提供重要参考。华为技术联合产业伙伴推动《LED影厅普彩影像发行母版技术规范》等两项团体标准发布,进一步完善了行业标准体系。

人才培养与技术普及成效显著。全年开展公益电影放映技术培训覆盖3省3市,累计培训技术骨干逾1700人次,协助举办农村院线职业技能竞赛;配合总会完成《数字电影放映技术与应用》教材编写,推进工程系列电影放映技术专业职称评审工作,今年共收到18个省份的评审申请,为一线技术人员搭建起专业化晋升通道。同时,分会新增16家新技术型会员单位,筹建技术专家组构建专业智库,进一步壮大了行业创新力量。

会员单位积极探索“影院+”模式,行业多元融合趋势明显。中影器材打造展览展示平台,甄选CinemaCon、CineAsia等全球核心展会助力企业出海;河北帅康研发的裸眼3D球幕悬空飞行影院,为影院拓展沉浸式娱乐增收场景;洲明科技在产品技术端实现了COB、MIP技术在电影屏的应用;夏普恩益禧引入“新·空气”智能全域控制系统,推动观影体验向健康舒适升级;青岛博时自主研发的A级聚酯纤维板兼顾了消防安全与装饰美观,提供44种颜色选择,填补了市场空白;北京环球诚品设计服务优化影院动线功能,为投资人做前期精准定位。此外,汇联天地举办的CinemaS2025展会吸引近8000名专业观众参与,为行业多元转型提供了丰富思路与案例。

展望2026年“十五五”开局之年,边巍明确了五大重点工作方向:一是强化LED放映、智能运维等领域标准研究,为技术发展夯实基础;二是成立“AI与虚拟制作”专题工作组,推进“AI+影院”试点示范,助力行业数字化转型;三是倡导良性竞争,强化社会监督,推动放映品质持续提升;四是组织海外商务考察与国际标准制定参与,推动中国电影技术“抱团出海”;五是提升服务能级,推动数据服务产品化,为会员单位提供精准支撑。

边巍表示,电影技术产业前景广阔、大有可为。未来,技术分会将继续发挥桥梁纽带作用,团结带领全体会员单位,以科技创新为核心驱动力,以标准建设为重要支撑,推动中国电影技术实现更高质量发展,为加快建设电影强国、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献。

(上接第6版)

影院放映窗口期

尽管有所改进,法国的影院窗口期制度仍然相当繁琐。但影院放映窗口问题在全球范围内都备受关注。

在国际市场上,一些高管认为,这种方法并非总是适用于所有情况,因为各地区市场的习惯各不相同。一位高管表示:“习惯,无论是好是坏,都可能在几周内发生改变,一旦改变,就会成为新的常态。新的窗口期模式已经改变了观众的习惯,从去‘电影院’变成了去‘看一部电影’。国际市场受此影响的程度各不相同。”

另一位国际高管也强调,影院窗口期缩短且不规律最终导致了观众观影习惯改变的负面影响,使得每部电影都必须创造一次文化盛宴。如果观众因为某种原因没有在首映周末去电影院,他们的心态就会转变,转而关注在家观看的便利,并想当然地认为电影很快就会上线,却对每部电影实际何时会在影院以外的渠道上映知之甚少。

一位国际发行专家表示:“窗口期一直是业内热议的话题,但窗口期本身并非坏事……部分原因是激烈的竞争推高了制片成本。那么,如何才能实现票房最大化呢?当我们谈论窗口期时,我们往往忽略了消费者的需求……我们必须以明智的方式做出这些决策。”

然而,有人对影院已经开始接受网飞电影的短时放映窗口提出了异议。“我不明白为什么世界各地的很多影院都要以如此短的窗口期放映网飞的电影。窗口期对于保护影院观影体验至关重要,他们也需要考虑行业的长期健康发展。我认为鱼与熊掌不可兼得。”

亚洲市场

亚洲市场仍然是电影公司关注的焦点,部分市场的人均观影量有所下降,韩国影院市场尤其受到本土剧集(在家观看)的冲击。2024年,亚洲各市场的票房前五名中有四部是本土电影,而到了2025年,韩国电影年度榜单中仅有一部。

亚洲其他地区,本土电影往往表现更好——例如印尼的恐怖片。好莱坞电影在部分市场的占比仍比2019年下降了50%以上。一位好莱坞公司国际发行主管表示:“我们曾经在亚洲有多年的持续地区增长,但疫情过后,增长迅速放缓……当地观众的口味发生了变化。他们更倾向于他们的本土电影,这也不难理解,因为这些电影讲述的是更贴近当地生活的故事。”

各好莱坞电影公司和当地影院正在共同努力扭转这种下滑趋势,因为每个人都在努力创造一个更健康的整体市场。

未来展望

有些人想知道如何以出人意料的方式继续利用热门IP。关键在于提供相关的内容产品,同时也要勇于尝试。在国际市场,打造能够引起众多市场共鸣的产品可能是一项挑战。选择和数量也是必不可少的因素,制片公司和发行商之间的合作以及错开上映时间同样重要。

正如上文所述,观众依然会涌入围观看大片,但也有一些令人失望的作品,尤其是超级英雄电影。2025年是自2020年以来全球票房前十名中首次没有漫威电影身影的年份。华纳兄弟/DC的《超人》虽然位列第十名,但其票房主要来自美国本土。今年即将上映的《蜘蛛侠:崭新之日》(Spider-Man: Brand New Day)和《复仇者联盟5:毁灭之日》(Avengers: Doomsday)有望在全球范围内取得佳绩。

虽然成本高昂且后勤方面具有挑战性,但我们看到2025年有更多人才进行国际合作,这可以带来回报,因为它能让观众参与其中,提高知名度和观看意愿。

疫情后的这些年里,每年都会有人提到,该行业应该更好地将内容产品分散到12个月内,这样就不会出现明显的空档期。

2026年暑期档将有很多影片上映,但2026年第一季度的上映影片数量看起来更加均衡,包括1月份索尼影业的《惊变28年2:白骨圣殿》(28 Years Later: The Bone Temple)和亚马逊米高梅的《极限审判》(Mercy);2月份华纳兄弟的《呼啸山庄》(Wuthering Heights)、索尼的《奇迹梦之队》(GOAT)和派拉蒙的《惊声尖叫7》(Scream 7);以及3月份亚马逊米高梅由瑞恩·高斯林(Ryan Gosling)主演的《挽救计划》(Project Hail Mary)和迪士尼的《河狸变身计划》(Hoppers)。

今年剩下的档期安排也很满。

4月份,环球影业照明娱乐的《超级马力欧银河大电影》(The Super Mario Galaxy Movie)和狮门影业的《迈克尔·杰克逊:巨星之路》(Michael, 环球影业拥有国际发行权)将点亮影坛;5月份,迪士尼的《穿普拉达的女王2》(The Devil Wears Prada 2)和《星球大战:曼达洛人与古古》(Star Wars: The Mandalorian and Grogu)即将上映。6月份,史蒂文·斯皮尔伯格携环球影业的《揭秘日》(Disclosure Day)回归,随后是迪士尼皮克斯的《玩具总动员5》(Toy Story 5)和华纳兄弟/DC的《超级少女》(Supergirl)。7月份,环球影业/照明娱乐的《小黄人大眼萌3》(Minions 3)、迪士尼的真人版《海洋奇缘》(Moana)以及克里斯托弗·诺兰执导的环球影业的《奥德赛》(The Odyssey)有望上映——月底,蜘蛛侠将携索尼漫威的《蜘蛛侠:崭新之日》(Brand New Day)强势回归。8月份,迪士尼的《汪汪队立大功大电影3》(PAW Patrol: The Movie)和索尼的《潜伏:血腥世界》(Insidious: The Bleeding World)将轮番上映。9月份,索尼将推出新的《生化危机》系列电影,华纳兄弟的《巫法闯情关2》(Practical Magic 2)或将与观众见面。10月份,汤姆·克鲁斯无疑会为华纳兄弟出品、亚历杭德罗·冈萨雷斯·伊纳里图执导的《挖掘者》(Digger)造势。11月份,华纳兄弟的《戴帽子的猫》(The Cat in the Hat)、狮门影业的《饥饿游戏:收获日出》(The Hunger Games: Sunrise on the Reaping)以及派拉蒙的《拜见岳父大人4》(Focker-In-Law)将接踵而至。12月份,索尼的《勇敢者的游戏3》(Jumanji 3)、华纳兄弟传奇影业的《沙丘3》(Dune: Part Three)以及迪士尼/漫威的《复仇者联盟5:毁灭之日》(Avengers: Doomsday)将为2026年画上句号。

猫眼研究院发布2025中国电影市场数据洞察



本报讯 近日,猫眼研究院发布《2025中国电影市场数据洞察》(以下简称《洞察》)。《洞察》显示,2025年中国电影市场在结构调整中,呈现出积极态势,头部影片带动市场,强IP影片助推,为市场注入增长动力。与此同时,中国电影市场仍有发展空间。

猫眼研究院认为,面对市场和观众喜好的不断变化,猫眼研究院认为,需要在类型成熟度、情绪共鸣能力和市场可持续性之间,建立新的平衡。

从整体表现来看,2025年中国电影

变化也反映出观众审美和消费习惯的持续演进。国产片不断转变创作思路,从宏大叙事转向平民视角,在旧内容中寻找新切口,并利用视听层面和类型题材的差异化呈现给观众带来丰富的情绪体验。进口片方面,超英片票房量级缩水严重,尤其是2020年以来,超英片的社交和家庭观影属性均明显下滑,单人观影比例上升,中高频观众成为票房主力,IP生命力亟需新故事延续。

猫眼娱乐市场分析师赖力表示,2025年电影市场在结构调整中保持了稳中有进的发展态势,多个重要档期在爆款影片的支持下,表现超出预期,诞生了多项新纪录,给行业和观众带来了惊喜。同时,市场冷热不均的现象依然严峻,传统意义上的“大片模型”不再是票房的绝对保障,这些变化也给从业者们带来了新的启示。整体上看,中国电影市场受众基础深厚,具备广阔的发展前景和上升空间。如何持续地吸引观众注意力,创作出更加符合观众喜好,兼具热度、口碑和新鲜度的优质内容,将成为未来行业长期面临的重要课题。也期待随着内容供给不断优化、观众需求日趋多元,2026年的电影市场能够不断探索、积极前进,持续释放新的增长潜力。

(姬政鹏)



《F1:狂飙飞车》

《我的世界大电影》