

250亿元票房背后的硬核崛起



《浪浪山小妖怪》



《哪吒之魔童闹海》

文化杂谈

2025年,中国电影市场迎来一个标志性节点:动画电影年度总票房历史性突破250亿元,不仅占据全年总票房近一半,也是中国影史动画电影票房最高的一年。从开年的《哪吒之魔童闹海》,到年中的《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》等,再到年末的《疯狂动物城2》,一系列高口碑、高票房的动画作品贯穿全年,持续引爆观影热潮与社会讨论。

动画片已不再是“市场补充”,市场数据清晰地勾勒出这一盛况。截至12月21日,2025年度电影总票房达510亿元,在年度票房前十名中,动画电影强势占据四席。其中,《哪吒之魔童闹海》以超154亿元的惊人成绩登顶,成为名副其实的“全民爆款”;《疯狂动物城2》收获38亿元,位列第二;《浪浪山小妖怪》以17亿元排名第六;《熊出没:重启未来》与《罗小黑战记2》也分别揽获8亿元与5亿多元票房。

这场崛起的背后,是中国动画电影工业十年磨一剑的扎实进步。曾几何时,“五毛特

效”和“低幼剧情”是国产动画难以撕掉的标签。如今,在数字技术全面赋能下,中国动画不仅实现了视觉奇观的精美呈现,更能灵活融合水墨、手绘等多种美学风格,形成独特的视觉表达。更关键的是,核心技术壁垒已被逐渐打破。以《哪吒之魔童闹海》为例,其背后集结了全国上百家动画公司之力,创新研发的“粒子水墨”技术,将三维动画与中式水墨意境深度融合,达到了国际一流水准。

技术是骨架,而故事才是灵魂。今年成功“破圈”的动画电影,无一例外都拥有扎实的剧本和能引发广泛共鸣的主题。

《哪吒之魔童闹海》将“我命由我不由天”的叛逆精神,升华为对抗偏见、掌握自身命运的深刻命题,精准触动了当代年轻人的心弦;《浪浪山小妖怪》则另辟蹊径,将镜头对准《西游记》里毫无存在感的底层小妖,用其平凡的挣扎、微小的梦想与笨拙的努力,映照出无数普通人的真实生活与情感,引发了跨越年龄层的深切共鸣。可见,在真正的好故事面前,动画电影所谓“儿童片”或“成人向”的界限自然消融。

而且,这些成功动画片不约而同地选择了“成长叙事”作为核心架构,无论是《哪吒之魔童闹海》“哪吒”对抗天命,《浪浪山小妖怪》“小妖怪”寻找自我价值,还是《疯狂动物城2》朱迪警官破除偏见,这些故事本质上都在探讨个体如何在系统中确立主体性,而这恰恰是当代青年最关心的话题之一。

更值得一提的是,动画电影的大放异彩,也彻底激活了其作为IP源头的商业潜力。电影不再只是影院里的两小时消费,更成为“电影+”多元消费生态的起点。从手办、玩具、图书到游戏授权、主题展览,乃至与网络番剧、周边“谷子”经济的联动,这些鲜活的动画形象持续拓展着叙事的边界与价值的周期,展现出超越票房的长期IP运营潜力。

纵观2025年,动画电影的爆发并非偶然。它是技术工业积累到一定阶段的成果展现,是创作理念回归故事本体的成功,也是本土化叙事找到当代情感接口的成功实践。当动画片能用最顶尖的视觉,讲述最普世又最独特的情感故事时,它拿下市场的“半壁江山”,便成为一种必然。扬子晚报/紫牛新闻记者 孔小平

国乒新生代陈垣宇征战法甲 全运会混双摘银,寻求多维发展

扬子晚报讯(记者 黄娴)作为国乒新生代男单的梯队建设选手,陈垣宇2025赛季代表汕头明润俱乐部及中国国家队,在乒超联赛、全运会、WTT系列赛及法甲联赛等多线赛场全面出击。

乒超联赛中,陈垣宇与队友林高远作为汕头明润的核心战力,双线出战为球队晋级立下汗马功劳。本赛季乒超分阶段举办,他全程保持高出勤率,在单打与团体赛中多次贡献关键一分。在常规赛最后一轮生死战中,他与林高远、徐海东等队友携手以3比0完胜安徽中程,助力汕头明润成功搭上总决赛末班车,最终随队晋级在南京举行的乒超总决赛,将对阵黄石基地·华新男队,冲击更高名次。

国际赛场与全运会赛场,陈垣宇的混双表现成为年度最大亮点。第十五届全运会乒乓球混双赛场,代表江苏队出战的陈垣宇/蒯曼组合一路过关斩将,强势闯入决赛。尽管最终无缘冠军,两人“快、准、狠”的打法与扎实的战术执行,仍展现出新生代混双组合的另一种可能。

年末的海外征程中,陈垣宇迈出职业生涯重要一步,宣布征战法甲联赛并实现完美开局。6月底,他正式确认加盟法甲亨尼邦俱乐部,与西蒙·高茨等名将成为队友,开启欧洲职业联赛历练。

陈垣宇在本赛季凭借马斯喀特站冠军等积分积累,年末稳定于世界排名第33位。

中国队包揽自由式滑雪空中技巧世界杯云顶站混合团体金银牌

据新华社电 21日,2025—2026赛季国际雪联自由式滑雪空中技巧世界杯云顶站在张家口崇礼落幕,中国1队、2队分获混合团体项目金银牌。

云顶站是本赛季空中技巧世界杯首个设立混合团体项目的比赛,共有10支队伍参赛,中国、美国、乌克兰均派出两支队伍。

整场比赛,中国队展现出高于对手一筹的整体实力。最后一跳中,中国2队孙佳旭落地出

现失误,中国1队齐广璞稳稳落地。中国1队反超比分,以315.35分摘得这枚金牌,中国2队308.49分获得银牌,美国2队以267.41分获得铜牌。随队夺冠的徐梦桃获得了她的第10块世界杯混合团体金牌,也将她的世界杯金牌总数提升至40块。随着云顶站比赛全部结束,中国队包揽男子、女子、混合团体全部比赛前两名,在米兰冬奥会的这个雪季展现出良好竞技状态。

一岁壹城里：从乐活里到观前里，织密城东社区商业生态网

近日,南京首个先锋型未来社区壹城·乐活里迎来了开业一周年。一年时间,壹城集团旗下社区商业品牌“壹城里”,已完成从单一商业体到多项目联动社区生活共同体的跨越。壹城·乐活里完成区域品质商业空白填补与生活场景深度构建,壹城·观前里则以“24H全栖生活街区”定位同步生长,双项目形成互补业态矩阵,不仅为南京主城区东部区域打造出分层级的社区商业生态,更构建起“社交+商业”深度融合的共同体,为行业提供了可借鉴的创新范本。

通讯员 魏黎军 扬子晚报/紫牛新闻记者 张可



壹城·乐活里：精准补位焕新区域品质商业

2024年12月20日,位于光华路93号的壹城·乐活里正式开业,凭借95%的超高开业率,开启集团布局社区商业的全新探索。历经一整年稳健运营,这座总面积2.6万平方米的社区商业体,成功打破传统社区商业“消费中转站”的刻板标签,蜕变为服务周边50万客群的“生活共同体”。

项目引进的南京首家盒马MINI生鲜超市,成为区域民生消费的核心枢纽。该超市配备4000余种商品,生鲜品类占比超六成,配送半径超3公里,精准破解了城

东居民“买菜远、选品少”的生活痛点,全年累计生鲜配送订单超70万单,切实筑牢了社区便民消费根基。

在夯实民生服务的基础上,壹城·乐活里将社群运营作为构建“生活共同体”的核心抓手。一年来,项目联动入驻商户打造了覆盖全年龄段的社群文化活动矩阵,亲子手工市集、青年运动联谊赛等多元活动,为不同年龄层居民搭建起专属社交娱乐空间。同时,项目建立高效的顾客需求反馈机制,针对居民对高品质社交场景的诉求,快速引入蓝湾咖啡,打造出邻里小聚、商务洽谈的专属空间,精准匹配社区客群消费需求。此外,面向亲子家

庭的时氛运动、主打夜生活氛围感的十年酒馆也即将正式亮相,持续丰富社区商业的服务维度。

壹城·观前里：24H街区 升级社区商业新层级

在壹城·乐活里蜕变的同时,壹城·观前里则以“城东首个24H全栖生活街区”定位,在秦淮区南部新城同步生长,与壹城·乐活里形成“集中商业+街区商业”互补格局。作为南京首个共有产权房试点项目观泓雅苑的配套商业,观前里天生具备“熟客生意”基因,服务近4000户自有小区客群,辐射周边十余个小区,2公里内35万常住

人口构成稳定消费基本盘。目前,项目已形成初步业态闭环:罗森、赵一鸣零食等满足即时性需求,猫空咖啡、库迪咖啡、牛总店贵州黄牛肉馆等承接社交场景,谿先生24H健身、笨伯功夫馆等填补健康业态空白,构建起“日常消费到周末小聚”的生活服务链条。

观前里延续了“生活共同体”核心思路,招商工作正重点补足高品质生鲜超市、主题餐饮及生活方式主理人店铺,全方位完善社区美好生活体验。一直以来,项目践行“长期主义”运营策略,着力与商户共建共赢生态,这与壹城·乐活里的民生服务核心导向实现了理念同频。

聚点成面：织就城东社区商业生态网

壹城集团招商负责人表示,“壹城里”一年的成长是双项目协同破局、聚点成面的成果。目前,“壹城里”已在城东织就完善的社区商业生态网:壹城·乐活里主打品质多元社交,搭建覆盖全年龄段的特色社交场景;壹城·观前里聚焦街区邻里社交,重点补足24小时即时消费场景。未来,“壹城里”将持续以“生活之美,聚在此地”为核心理念,不断升级社区服务体系,构建分层级、全维度的社区生活共同体,持续拓展社区商业的价值边界。