

佳作频出 暑期档票房突破百亿元 《南京照相馆》超25亿元领跑

灯塔专业版数据显示，截至8月18日15时，2025年电影暑期档(6月1日至8月31日)总票房(含预售)已突破100亿元。《南京照相馆》《浪浪山小妖怪》《长安的荔枝》《侏罗纪世界：重生》《罗小黑战记2》暂列暑期档票房前五名。

业内人士认为，从整体票房走势看，今年电影暑期档后劲十足，截至8月18日，单日大盘票房已连续31天破亿元。目前距暑期档结束尚有十余天，档期总票房有望超越去年，为全年票房冲击500亿元目标打下基础。

国产片领跑暑期档

今年电影暑期档影片类型多元、题材丰富、口碑良好，吸引各年龄段观众走进影院，带动电影市场消费热度持续提升。档期票房前五名中，国产片占据四席。

《南京照相馆》以超25亿元的累计票房领跑暑期档。该影片是今年春节档之后第三部票房突破20亿元的影片，已打破中国影史暑期档历史片票房纪录，出品方包括幸福蓝海、万达电影、上海电影等。

《浪浪山小妖怪》累计票房已突破10亿元，成为中国影史首部票房破10亿元的二维动画电影。该影片由动画短片《中国奇谭》之《小妖怪的

夏天》原班主创团队打造，讲述了小猪妖、蛤蟆精、黄鼠狼精、猩猩怪组成“草根取经团”，踏上一段跌宕起伏的西行冒险之旅的故事。影片由上海电影主投主控，出品方包括上海美术电影制片厂有限公司、上影元(上海)文化科技发展有限公司、中国电影产业集团股份有限公司、华夏电影发行有限责任公司等。

猫眼娱乐市场分析师赖力表示，《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》等国产动画影片取得了出色的口碑和市场反馈，充分证明在春节档《哪吒2》火爆之后，动画行业热潮仍在延续，市场和观众们对于中国动画行业接下来的发展都充满信心和期待。

优质供给激发观影需求

影片类型方面，暑期档呈现百花齐放的良性格局。153部上映影片涵盖历史、动画、喜剧、古装、动作、悬疑、剧情、战争、犯罪等类型，满足不同观众的观影需求。

暑期档佳作频出。灯塔专业版数据分析师陈晋表示，今年暑期档，《南京照相馆》《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》《捕风追影》《戏台》等影片豆瓣评分超8分，高分佳作数量较往年明显增长，部分影片上映后评分持续上涨。

在丰富、优质的影片供给下，观影人群呈现差异化特征，电影消费热度攀升。灯塔专业版数据显示，暑期档总观影人次已超2.69亿。其中，《南京照相馆》观众中30岁至39岁女性观众占比突出，

《罗小黑战记2》观众中25岁以下年轻女性观众集中，《戏台》吸引超四成年长观众。此外，《南京照相馆》《浪浪山小妖怪》多人结伴观影比例显著，亲子组合成为主流。

区域分布上，一线城市票房占比回升，华东地区表现亮眼。《南京照相馆》强力激活下沉市场电影消费意愿，《长安的荔枝》《戏台》等喜剧片在北方地区票房表现突出。

陈晋认为，进入7月后，大盘票房连续三周环比上涨，单日大盘票房连续31天破亿元。当前距暑期档结束尚有十余天，暑期档总票房有望提前超越去年，为实现500亿元的全年票房目标打下坚实基础。

据《中国证券报》



《浪浪山小妖怪》 登顶中国影史 国产二维动画电影票房纪录

截至8月18日，《中国奇谭》系列首部动画电影《浪浪山小妖怪》累计票房突破10亿元，超过《大鱼海棠》的5.73亿元，登顶中国影史国产二维动画电影票房冠军。它的下一个目标或许是日本电影《铃芽之旅》创下的8.07亿元的中国影史二维动画电影票房纪录。

《浪浪山小妖怪》由短片《小妖怪的夏天》原班主创呈现，延续短片同一世界观，在“平行时空”下开辟全新故事线。在美术制作上，《浪浪山小妖怪》创新传承“中国动画学派”艺术气质，集结超600人的制作团队，精心创作1800余组分镜及2000余张手绘场景，将水墨写意的意境与工笔细腻的细节完美融合。场景设计饱含东方古典韵味，角色造型追求“拙朴之美”，更显真实生动。

据悉，《浪浪山小妖怪》已与30余家品牌达成合作，推出超过400款授权衍生品。此外，由上影元与VIMO XR联合出品的《浪浪山小妖怪：妖你同行XR》已定档8月上线，将为观众构建“从影院观影到虚拟空间参与”的完整故事体验生态。据悉，作为全球首部与动画电影同档期上映的XR影视作品，《浪浪山小妖怪：妖你同行XR》将作为番外篇章，承接电影“黄眉大战”后，聚焦孙悟空留给小妖怪的“四根毫毛”所蕴含的未知力量与命运转机。

玩家届时可组队扮演不同的小妖怪角色，在虚拟空间中重现“取经小队”并肩作战的热血与情谊。

据《新民晚报》

不“新”也不“旧”，霹雳舞尴尬了吗？

世界运动会不缺新鲜感：或是鲜为人知的小众项目，或是大众项目的新规则、新玩法，总能激发记者和观众的好奇心。

然而，当记者走进成都世运会的霹雳舞赛场，却有了些不同的感受。

与壁球、棍网球、腰旗橄榄球这些“准奥运项目”相比，霹雳舞的身份看上去有些尴尬：既不再“新”，又不完全“旧”。

四年前，它还是“锃光瓦亮”的新兴项目，顶着巴黎奥运会新项目的光环，话题性十足，一时风靡；如今经历了“入奥又出奥”的过山车，霹雳舞已从“新锐”变成“前辈”，热烈依旧，但少了几分新奇感。

记得霹雳舞首次亮相大赛时，观众会为“freeze(定格动作)”“powermove(力量动作)”惊叹，记者则忙着解释术语、竞赛规则和文化背景。如今，由于项目的普及和赛制的固定，看台上观众聊得更多的是“671(刘清漪)今天能不能夺冠”；记者的关注点也从大众科普，转向更为专业的比赛策略与竞技表现。

这种变化并非项目热度退潮，而是其进入新阶段的信号。但对以“新鲜感”为底色的霹雳舞而言，这本身就带着矛盾。

一方面，奥运会的推动让规则更清晰、训练更专业、培养路径更完整。霹雳舞逐渐脱离“街头小众”，成为一项具备稳定国际舞台和训练体系的竞技运动。从亚锦赛到世锦赛，从青奥会到世运会，再到国内联赛，舞者们有了更多舞台，成长速度明显加快。

另一方面，随着项目和比赛逐渐从“新鲜”走向“日常”，日复一日的训练和固定的成绩标准，使得原本街头化、随性的表达在一定程度上被稀释。刘清漪曾在奥运期间接受采访时说：“舞蹈来源于生活，有时候没法死记硬背，要听从我的身体和思维，它与我的生活状态息息相关。”然而，当训练占据了大部分生活，如何平衡竞技表现与创意表达的问题随之显现。

上一届美国伯明翰世运会，首次被纳入的霹雳舞比赛同时也是首场可获得奥运积分的比赛，参赛运动员几乎全力以赴“为奥运而战”。而在成都世运会的舞台上，比赛选手们的整体风格，也存在着微妙的“重心偏移”，从过去奥运备战时期追求难度，注重“大招”，转为更倾向于回归个人风格和舞蹈性。许多选手表示，他们在舞蹈中展现了自我。

对于霹雳舞而言，奥运会只是舞台的一部分，生活、街头和自由表达才是它的根基。没有绝对的“最佳路径”，当下的节奏，也许正是最恰当的安排。

据新华社成都8月18日电

