

上影集团党委书记、董事长王隽： 坚信笃行铸精品，勇立潮头谱新篇 ——上影集团学习贯彻全国电影工作会议精神

2026年全国电影工作会议，深度分析了当前电影产业面对的新形势、新挑战，为下一阶段电影工作高质量发展指明了方向和重点。

作为一支中国电影主力军，上影集团以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大精神历次全会精神和习近平总书记关于文艺、电影工作的重要论述，在中宣部电影局、市委宣传部的指导下，紧扣行业发展，直面市场痛点，加速产业升级，在四个方面取得积极成效：一是内容供给提质增量。2025年出品8部影片，斩获91.16亿元票房，《浪浪山小妖怪》登顶国内二维动画票房冠军，“上影出品”影响力持续放大。二是特色影院稳步落地。打造全国首家动漫主题影院、首个实景商业院线影院等。三是电影经济扩容升级。我们跳出单一票房逻辑，做大延伸产业，截至

2026年4月，《浪浪山小妖怪》带动终端消费GMV超26亿元，印证IP的长效价值。四是新质生产力加速成型。建成国内首个行业专属算力池，自研全流程AIGC工具矩阵与影视数字资产库，为AI影视精品孵化筑牢生态底座。

我们在创新创造的同时，也深刻认识到，当前我国虽已是全球最大单一国家电影市场，但宏观层面，外部环境不确定性持续攀升；产业层面，行业分化加剧，影片制作承压明显；技术层面，AI迭代加速重构影视生产模式，倒逼生产方式加速转型；消费层面，观众注意力日趋碎片化，审美趣味呈现多样化，观影诉求持续升级，推动经营模式创新升级。然而，无论产业如何演变，打动人的好故事永远是行业立足的根本。越是市场变化纷繁，就越要稳住脚步、守牢本

心。当下，我们的信心比黄金更珍贵，定力比速度更重要。

今年是实施“十五五”规划的开局之年。站在新起点，上影将坚持以高质量发展为引领，以“两个效益”统一为根本，实施“一核心、两重点”的事业产业布局，即锚定内容创作生产核心主业，一手抓影视技术数智革新，探索“未来片场”的新型生产方式；一手抓“电影经济”多元发展，推动产业价值全域释放。同时，全面提升内容创作力、科技应用力、市场竞争力、品牌传播力、国际影响力等五大核心竞争力。

上影全力推动影视内容创制生态建设，以全链思维，积极构建健康、可持续的内容创制生态。聚焦大作品、精美作品、新型作品，传承“中国动画学派”，奋力打造彰显“红色底色，海派特色，时代亮色”的新精品、新经典。

◎ 秉持初心、深耕精品，以有温度的故事回应观众期盼

上影始终围绕“以人民为中心”的理念，深耕有温度、有质感、能共情的原创作品。未来五年，我们储备了20多个题材多元、类型多样的影视项目。

其中，《千里江山图》已于今年4月26日开机。影片由荣获“五个一工程”奖的原著小说改编，是一个讲述信念坚守与顶级智慧较量的类型片，由上影集团与壹同制作共同开发打造，导演陈思诚，计划明年上映；电影

《密档》以纪实还原性手法，讲述守护我党绝密档案的故事，是隐秘在上海石库门里的暗战传奇，导演郑大圣，影片不久将与观众见面；戏曲电影《大唐贵妃》将梅派京剧古典美的神韵与现代审美特质相结合，并以AI特效技术赋能制作，计划年内与观众见面；首部彩色水墨动画长片《斑羚飞渡》致敬生命自然，目前在后期制作中，明年上映；视效大片《雪龙号》以极地救援为背景，展现人类命运共同

体的核心主题，导演张末、编剧许渌洋，目前在剧本创作中。

同时，我们也通过上影“鲲鹏计划”面向全国乃至全球引进一批在导演、编剧、技术等领域具有较大影响力的领军人才，发挥好“头雁效应”，强化创作复合型人才的引育。无论何种题材，我们都坚持以光影观照现实，以故事传递温度，让每一部好电影，都成为观众的一次精神旅行。

◎ 汇聚伙伴、迎接变革，以新质生产力赋能影视创作

尽管AIGC等智能技术深刻影响着影视生产方式，但影视作品的立身之本从未改变。真实动人的故事，是人民的精神刚需，只要在、灵魂在、创意在、故事在、情感在，观众自然就会在。

近两年，上影依托吴淞智慧产业社区，以“基地+基金”“艺术+技术”等

方式集聚50余家技术创新类影视企业，建成影视专属算力池与数字资产库，累计产出80余部新型影视作品。全流程AI原生互动剧《全球冰封》已于本月初上线，国内首部超百分钟AIGC真人剧集《灵探》续作、经典IP改编项目等13部AIGC精品短剧计划正稳步推进，6月中旬AI创制生态

大会将在上海吴淞基地召开，来自全球互动内容创作、影视游戏、技术研发等领域的专业人士将汇聚一堂，欢迎大家一同关注和参与。与此同时，上影持续深耕4K修复、LED影屏、XR虚拟影院等多元技术领域。我们坚持科技向善、创意为本，让新技术成为讲好中国故事的强劲羽翼。

◎ 尊重规律、精准宣发，以精细化运营突破市场档期瓶颈

如果说优质内容是产业发展的根基，那么精准宣发便是触达观众的关键通路。当前行业面临“抢档期、拼流量”的内卷状态，档期冷热分化、资源分配失衡。我们始终坚信，优质影片本身就是最好的硬通货。

我们不断提升影院、媒体矩阵、数据平台的资源融合能力，打造映前宣传、映中联动、营销落地、数据反馈

的一体化全链路协同机制，实现有节奏、大影响、高转化的宣推发行。《浪浪山小妖怪》在常规宣发渠道外，重点联动多领域头部品牌、线下场景及大众消费渠道，使影片大众认知度与市场热度同步提升，高效触达了潜在观影人群，上映后票房逆袭14次，打破国产二维动画票房纪录；电影《菜肉馄饨》则深耕长三角市场，与餐饮、

服饰老字号联动，下沉社区菜场、贴近银发人群，以0.7%的排片撬动24%的上座率，拿下上海市场20%的票房。这印证了精准滴灌、靶向触达，有助于优质作品在档期中“脱颖而出”。未来，我们将持续根据不同影片的类型特点，精准施策，践行“一策一策”差异化发行策略，做深做透目标市场。

◎ 打造场景、优化业态，以沉浸式体验提升影院消费价值

当下，线上观影愈发普及，线下客源持续分流。今天的影院，不仅属于电影观众，更是年轻人社交打卡、集聚的生活场景。上影全面推行“一院一品、一店一策”运营策略，推动影院从传统放映终端，向沉浸式体验终端、线下流量聚合终端转型升级。

以美罗城动漫主题影院为例，依

托裸眼3D、沉浸式放映技术升级观影感官体验；打造“影院社HappyMall”综合体，融合观影、餐饮、社交、文创等业态；联动各类头部IP举办藏品首发、主题首展，搭建专属社群线下集聚力平台。今年五一期间，影院联动四大动漫游戏IP开展主题活动，吸引1.5万人次爱好者打卡消费，带动影

院人次、票房同比增长约30%，商场客流、销售额同比增长约20%。

接下来，影院社HappyMall还将与五楼的影院空间相互延伸，联动海内外优质动漫资源，打造IP内容体验的“新秀场”，动漫影片的“引力场”与二次元爱好者的“超级目的地”。

◎ 拓展边界、延伸链条，以产业化思维做强电影经济

电影经济既是内容经济，也是产业经济。上影探索搭建IP全生命周期运营体系，挖掘其长效价值，让电影成为助推文旅深度融合、激活城市消费动能的核心要素，充分释放优质影视产品的商业潜能。

一方面，我们活化经典IP，让经典焕发新动能。上美影“大闹天宫XR沉浸式体验展”计划近期启幕，以XR技术让孙悟空这个“国民IP”可触可感；“葫芦兄弟”主题的烟花无人机表演秀呼应了“哪吒”等系列IP的焕新表达，成为上海宝山滨江“假日景

观”。充满经典上美影动漫IP的上美影泡泡乐园成为节假日亲子共享的“乐园”，带动商场人流与消费双双增长。另一方面，我们持续孵化原创IP，实现长效“破圈”。沉浸式戏剧《新世界：破晓之宴》连续22个月满座、复刷率超80%，六成观众来自上海以外，成为上海文旅标杆，以此为起点，我们创作了同一世界观的全球首款双人互动影游《新世界：暗影成双》，相继在电脑端和移动端内测，形成“线下引流、线上反哺”的闭环，《新世界：破晓之宴》2.0版6月12日将登

陆上海影视乐园，VR电影也同步创作中。我们相信，票房是电影的起点，拉长产业链条、放大IP价值，方能让电影经济更具活力。

上影集团将以2026年全国电影工作会议精神为指引，以更加昂扬进取的姿态，克难关、战风险、迎挑战，集中力量办好自己的事，以高质量发展的确定性应对市场的不确定性。我们将锚定电影高质量发展方向，坚守创作初心、遵循市场规律、深耕产业发展、拥抱科技变革，为建设文化强国、电影强国持续贡献上影力量！

上影集团第13次荣膺“全国文化企业30强”

本报讯5月21日，光明日报社和经济日报社联合发布“2026·全国文化企业30强”名单，上影集团成功入选。这是上影集团第13次获得此项殊荣。

“全国文化企业30强”是根据社会效益、经济效益等指标，综合评选出把

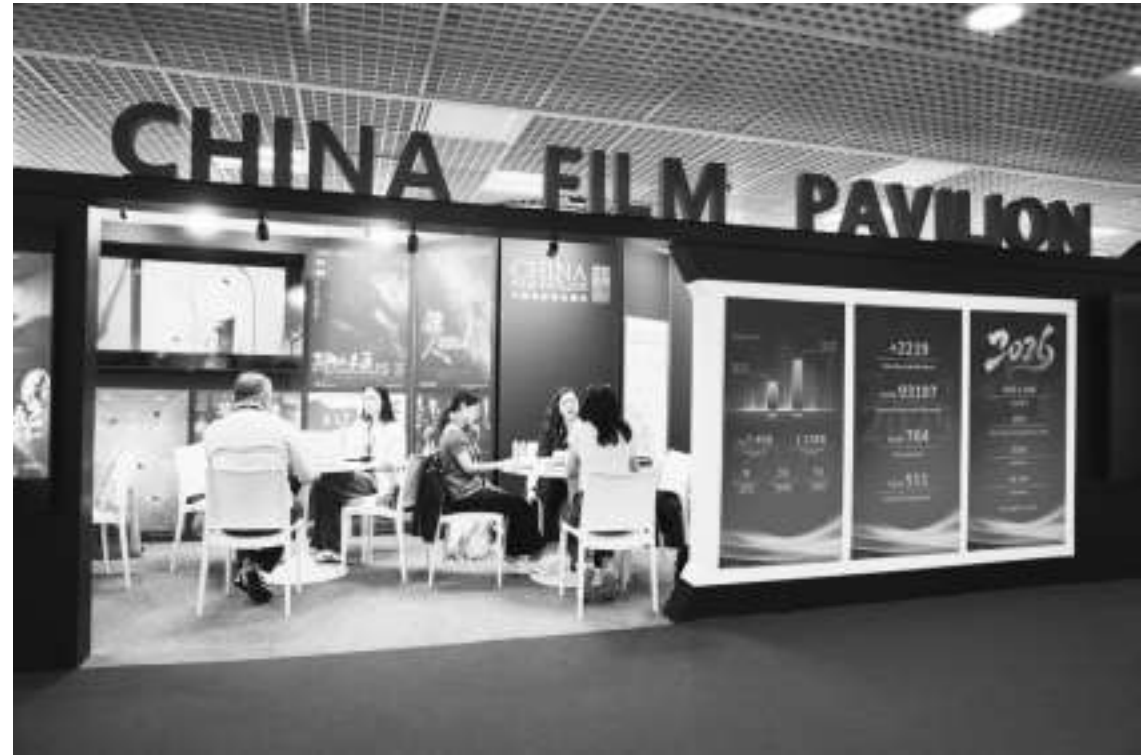
社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的全国30家骨干文化企业。

2025年，上影以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，在中宣部、国家电影局的指导下，在上海市市委宣传部的领导和支持下，坚持以社会

效益为先、双效统一，主创作品获国家级奖项荣誉，经营工作再创佳绩，“电影+”打造文化新亮点，助力上海建设习近平文化思想最佳实践地，为我国文化产业发展和文化事业繁荣贡献“上影力量”。

(影子)

中国电影联合展台 连续五年亮相戛纳国际电影节



本报讯(记者 姬政鹏)5月12日至23日，第79届戛纳国际电影节在法国戛纳举行。在国家电影局指导下，中国电影集团公司组织设立“中国电影联合展台”，携70家国内影视机构、185部优秀国产影片集中亮相，并通过主题宣传片、宣传手册、国际伙伴交流会、影片放映、VR体验及系列推广活动，面向全球电影同行集中呈现中国电影最新发展成就与产业机遇，务实推动中外电影深度合作。

此次联合展台参展阵容覆盖全产业链，既有中影集团、华夏电影、上影集团、峨影集团等大型国有电影企业，也有博纳影业、华人影业、联瑞影业、和观映像等活跃的民营力量，还汇聚追光动画、华强方特、奥飞动漫、咏声动漫等动画中坚以及中国电影资料馆、北京国际电影节、上海国际电影节、横店影视城等国内电影机构、电影节展和产业基地。

参展影片题材多元、类型丰富。展台上，《镖人：风起大漠》《星河入梦》等春节档影片展现武侠神韵与梦境奇观，《我，许可》《登月(第一部)》《给阿嬷的情书》等国内正在热映的影片紧扣当代生活，动画电影《三国第一部：争洛阳》《大唐妖探》《八仙！》彰显国漫创新活力，《四渡》《好工作！》《澎湖海战》《最

小的大片》《数到三》等即将与观众见面的影片也在展位进行宣介。电影节期间，立体、鲜活的中国故事吸引大量国际买家、制片人及发行机构驻足问询。

5月13日，联合展台在展位现场举办“中国电影新趋势·国际伙伴交流会”。活动向受邀而来的国际制片人、发行商、电影节制片人、技术公司代表介绍了中国电影产业最新趋势与发展情况，展示新片项目，促进中外电影人在内容共创、国际发行、后期制作、技术交流等领域交换需求并建立合作意向。现场洽谈氛围热烈，多项合作初显端倪。交流会前后，展台洽谈区同样人头攒动，多家参展机构代表就影片版权交易与合拍开发与国际同行深入对接。

为促进国产影片版权交易、展现真实立体的中国形象，5月13日，联合展台在戛纳电影市场官方放映场地，组织放映了《菜肉馄饨》《燃比娃》《我，许可》三部优秀国产影片。5月16日，展台还联合法国ESRA高等影视学院举办校园放映活动，动画电影《燃比娃》导演李文愉到场与校内师生进行映后交流。影片以独特视觉风格表达中国当代精神，在年轻观众中引发共鸣，进一步增进了国外青年群体对中国文化的了解与好感。

科技创新与沉浸式体验是此次展台的又一亮点。现场专门设置VR体验区，提供科幻探险主题短片《地心游记》《木兰2125》等，吸引大批访客和买家佩戴设备体验，在虚拟光影中感受中国电影的想象空间与技术探索。这不仅丰富了联合展台活动内容，也为中外VR影片的国际合作与交易打开了新窗口。

此次参展的多部影片也以丰富的取景地和人文风貌，向国际同行展现“电影+文旅”的跨领域合作价值。《镖人：风起大漠》勾勒西域壮阔，《给阿嬷的情书》展现侨批文化，《只此青绿》晕染中华传统美学，《飞驰人生3》融入独特地域风情……电影传播正与文旅推广协同出海、彼此赋能。

截至目前，2026年中国电影市场票房已经突破150亿元，共吸引超3.6亿人次观众走进影院观影。带着中国电影市场的诚意与期待，中国电影联合展台连续第五年亮相戛纳，再度收获关注与认可。中国电影合作制片公司相关负责人表示，联合展台将继续发挥平台聚合作用，整合产业资源、创新传播方式、深化文旅融合、拓展合作空间，把更多兼具中国特色、时代气质与全球共鸣的精品力作带给世界观众，务实推动中外电影交流互鉴，为文化强国建设注入新动能。

贾樟柯作品《都灵之影》戛纳电影节全球首映



本报讯日前，贾樟柯作品《都灵之影》于第79届戛纳电影节全球首映。导演贾樟柯、主演赵涛，联合主演茂涛、仁科，出品人卡洛·夏特里安与观众见面。贾樟柯表示，《都灵之

影》是一部致敬电影的电影，“我不是以电影工作者的角度去拍摄这部影片的，而是从影迷的角度。希望能通过这个短片，让大家感受到电影院的魅力。”首映式由戛纳电影节艺术总

监福茂主持。

当晚，贾樟柯携《都灵之影》主创出席戛纳电影节红毯，赵涛、茂涛、仁科、卡洛·夏特里安，监制梁嘉艳、联合编剧万佳欢，联合监制马克·佩兰森、肖耀辉，策划马特奥·托尔通、制片主任恩里科·坎尼佐等剧组亮相。

《都灵之影》片长32分钟，于中国广东台山、意大利都灵两地取景拍摄，讲述一位女性从中国南方前往意大利北部城市都灵探望自己的丈夫，一次意外的出走，让她找回了自己，也发现了电影。影片由意大利都灵国家电影博物馆、贾樟柯艺术中心、“NOWNESS现在”联合出品。法国MK2电影公司获得该片的国际发行权。

(姬政鹏)