

2025 中国动画电影 市场洞察

2025 China's Animation Films Market Insights



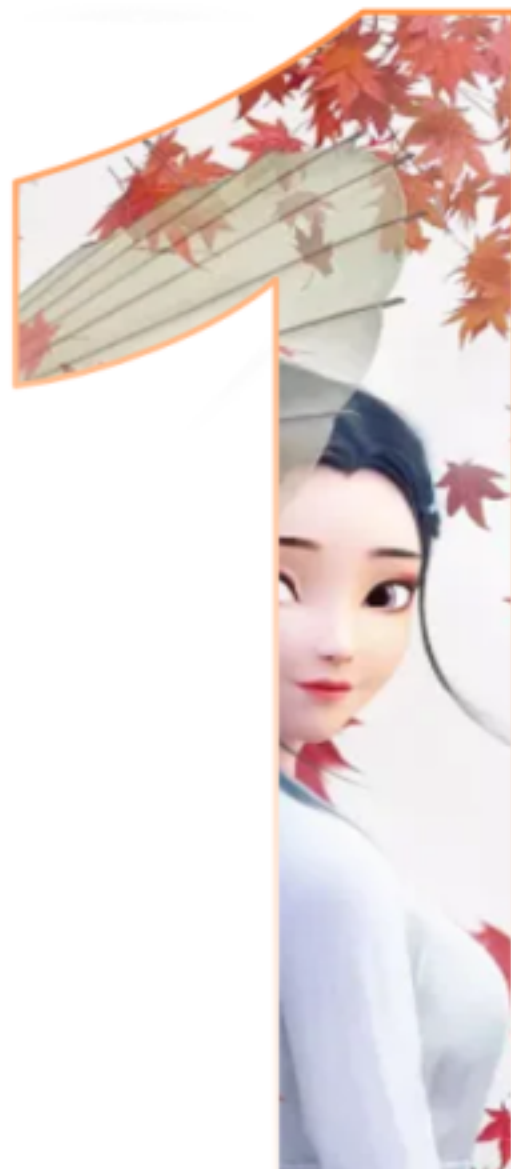
拓普

[2025.9]

Part One

中国动画电影市场概况

Overview of Chinese Animation Film Market



国产动画电影打破次元壁，新国漫快速发展

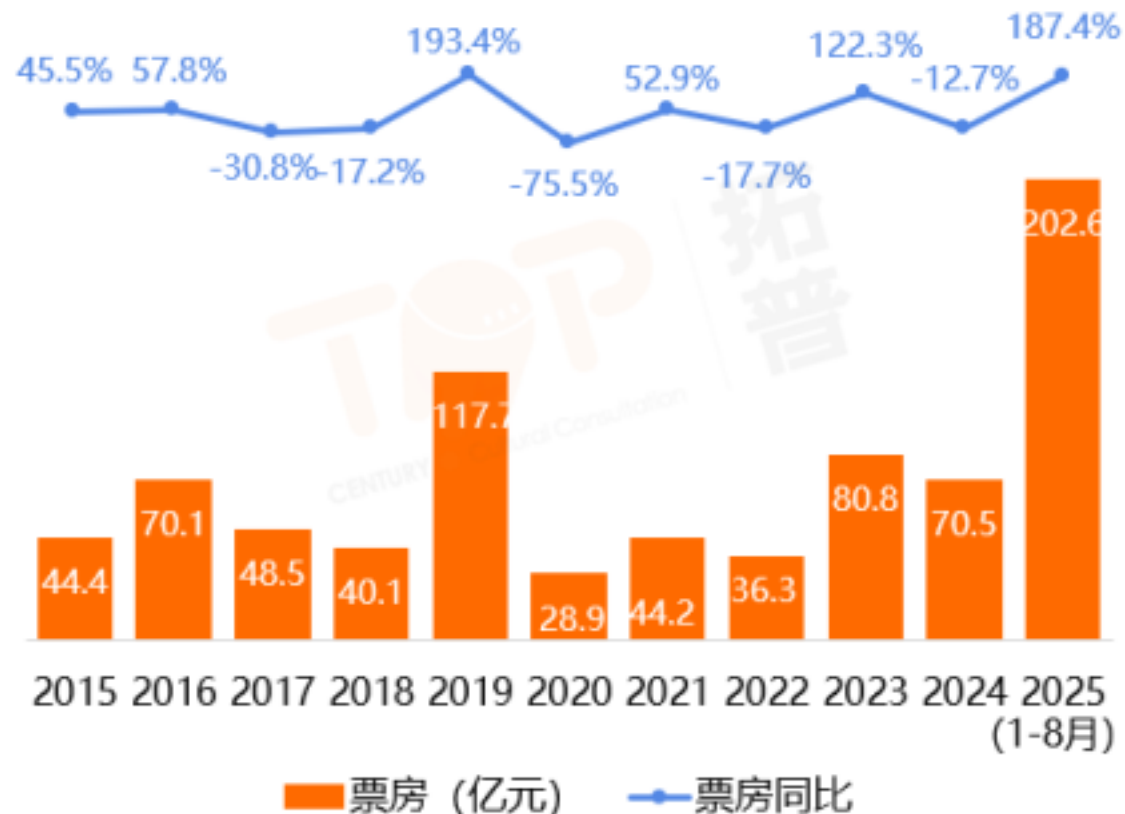
- 近年来，中国动画电影无论在制作水平，还是在内容核心上，都变得更加成熟和开放。特别是2015年《大圣归来》的票房成功，摆脱了观众对国产动画过于低幼的刻板印象，让国产动画走进了主流电影观众的视野。此后的《白蛇》《哪吒》等一系列现象级动画，不断缔造着市场奇迹，让我们一度看到了新国漫崛起的趋势。接下来，我们就以2015年为界，一起来回顾一下近8年中国动画电影市场的发展历程。



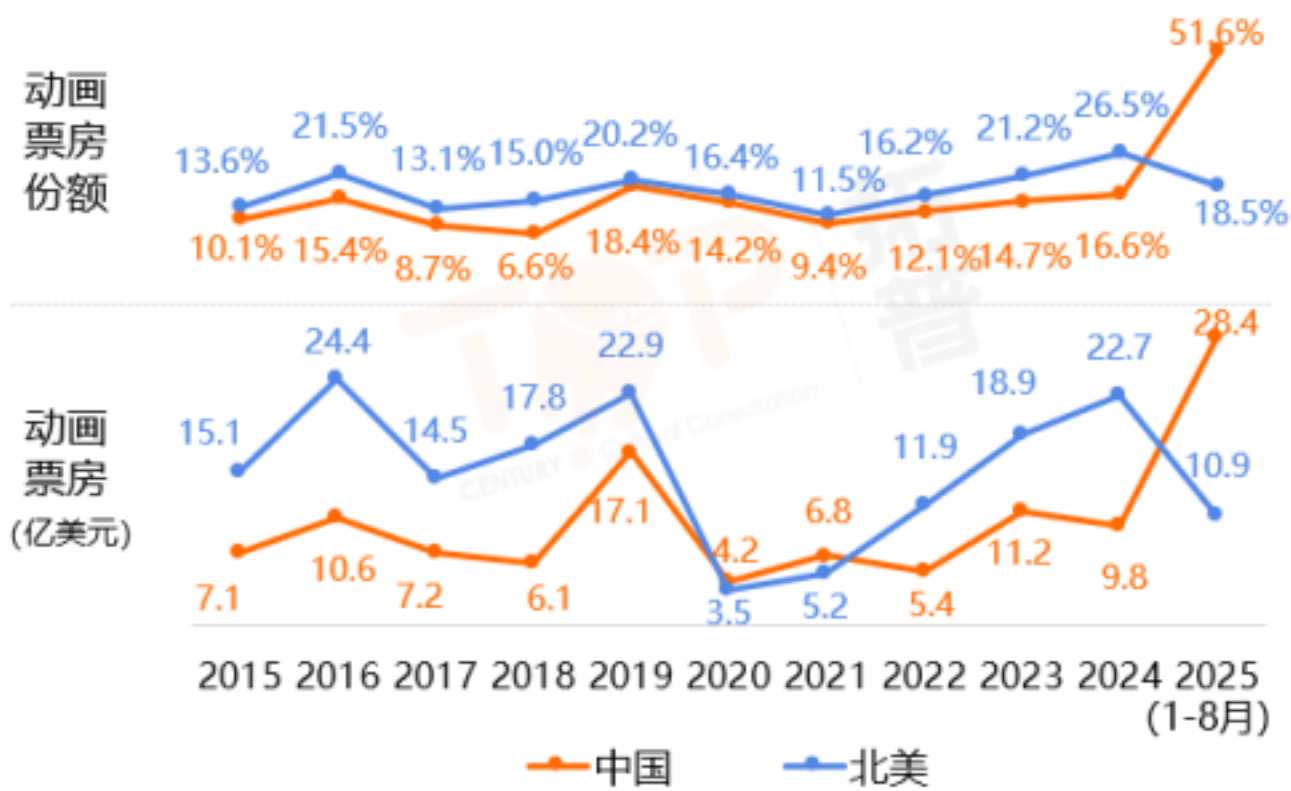
近10年中国动画电影市场占有率15%，今年虽有突破，但仍有发展空间

- 近10年中国动画电影市场份额保持在10%~15%水平，但受单片影响大盘有所波动。2019年《哪吒之魔童降世》贡献动画市场超四成，带动年度动画电影票房至117.7亿，今年的《哪吒之魔童闹海》将动画电影推向一个新高潮，暑期档《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》等动画片持续发力，截至目前动画电影产出达202.6亿；
- 与北美相比，北美动画市场份额均超中国，保持在15%-20%水平，近2年有更进一步态势，中国动画市场仍有较大发展空间。

2015-2025年中国动画电影票房



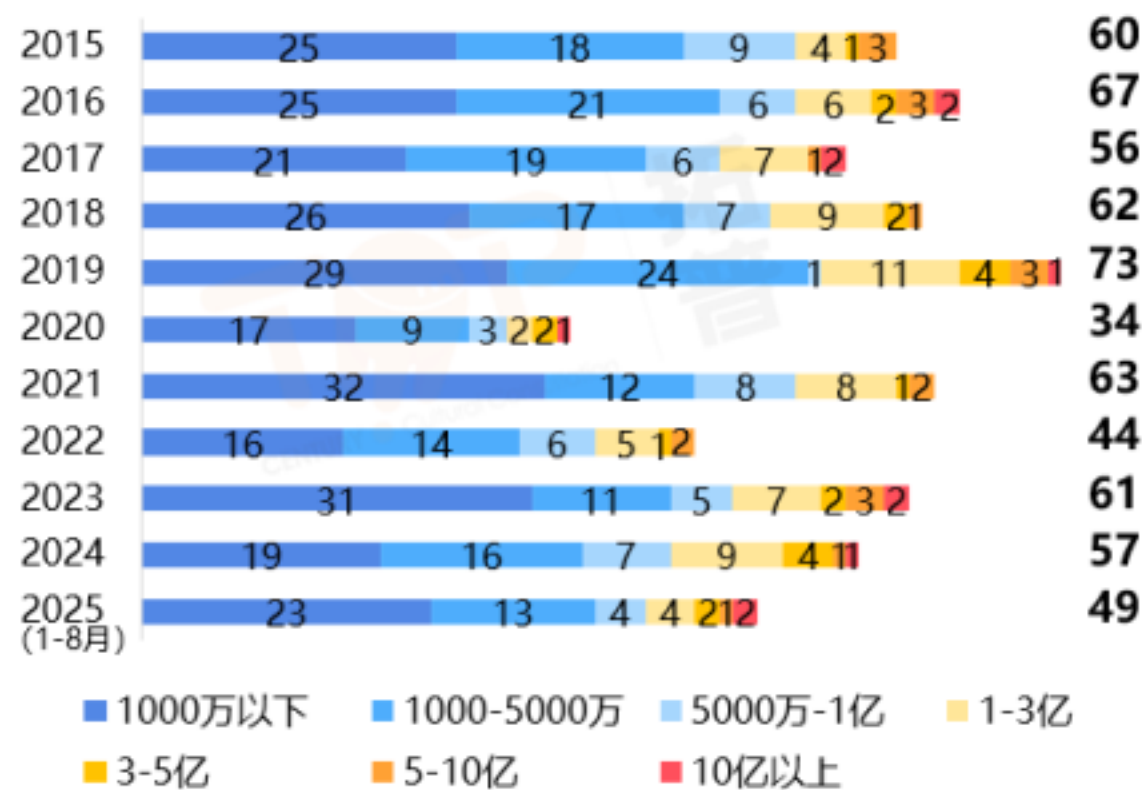
2015-2025年中国VS北美动画电影市场大盘



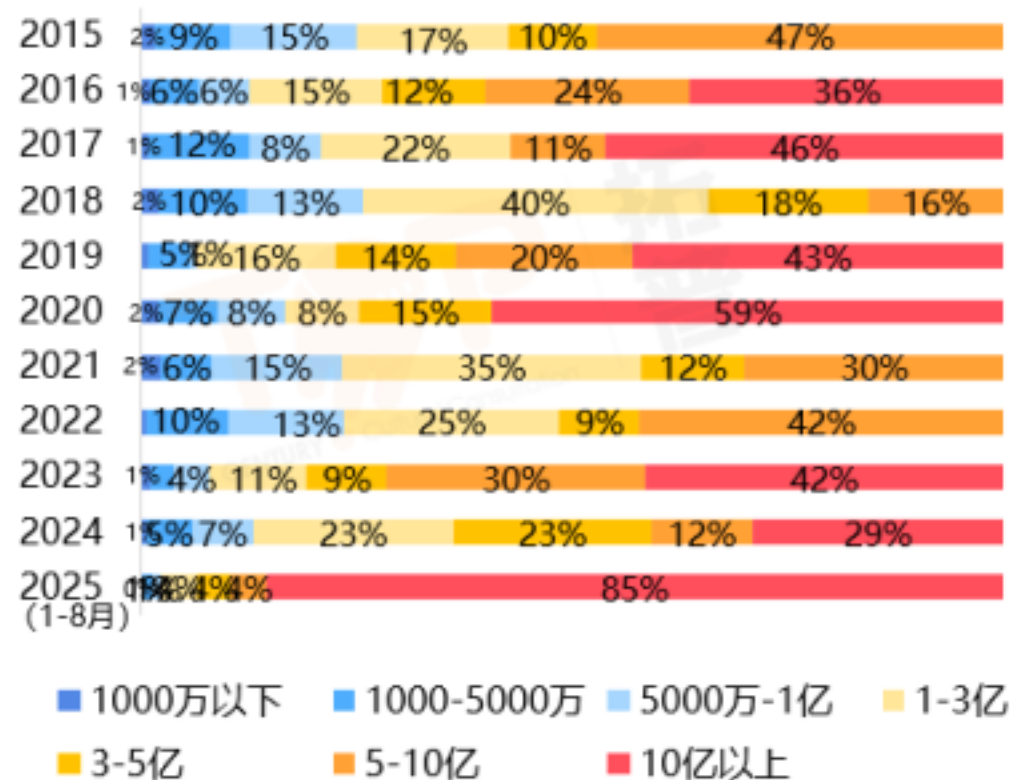
动画电影市场集中度高，过亿票房动画以15~20%的数量贡献动画市场75%~85%的票房

- **动画电影市场数量供给呈现稳定状态**：除疫情相关的20年和22年，其余年份动画电影供给数量保持在60部左右，2019年供给达到峰值；
- **动画电影票房保持较高集中度**：过亿票房动画以15~20%的数量贡献动画市场75%~85%的票房。特别是2023年14部过亿动画贡献动画市场票房92%。

2015-2025年各体量动画电影数量分布



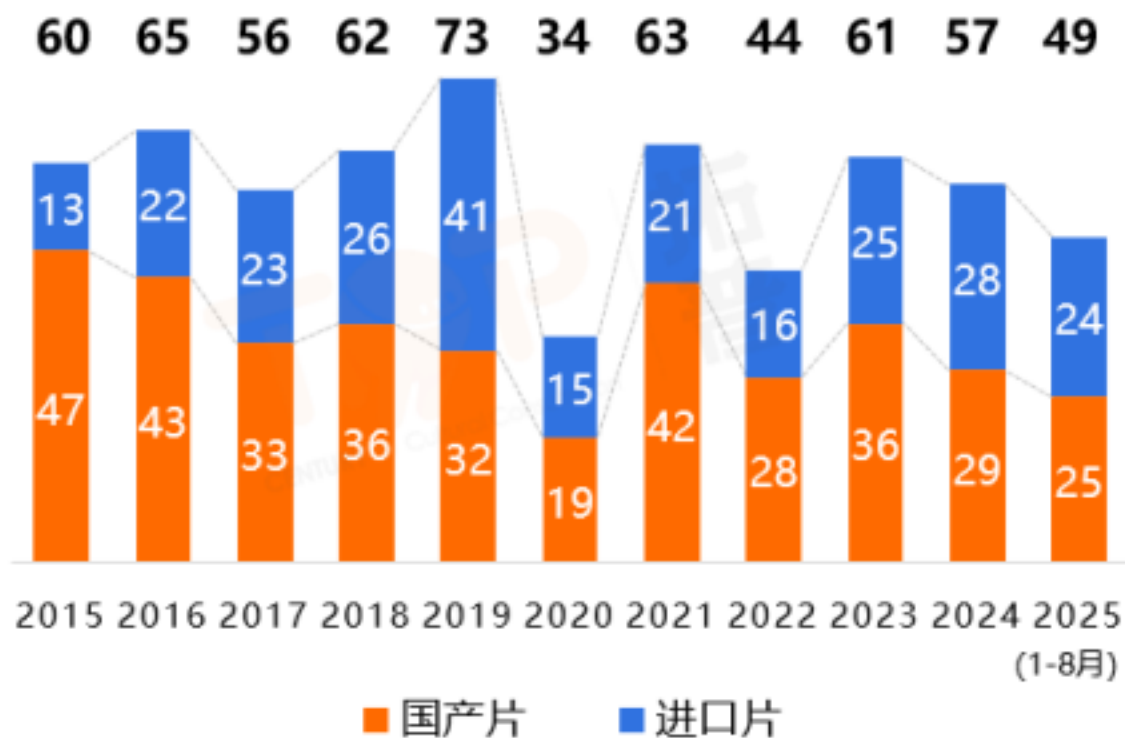
2015-2025年各体量动画电影票房结构



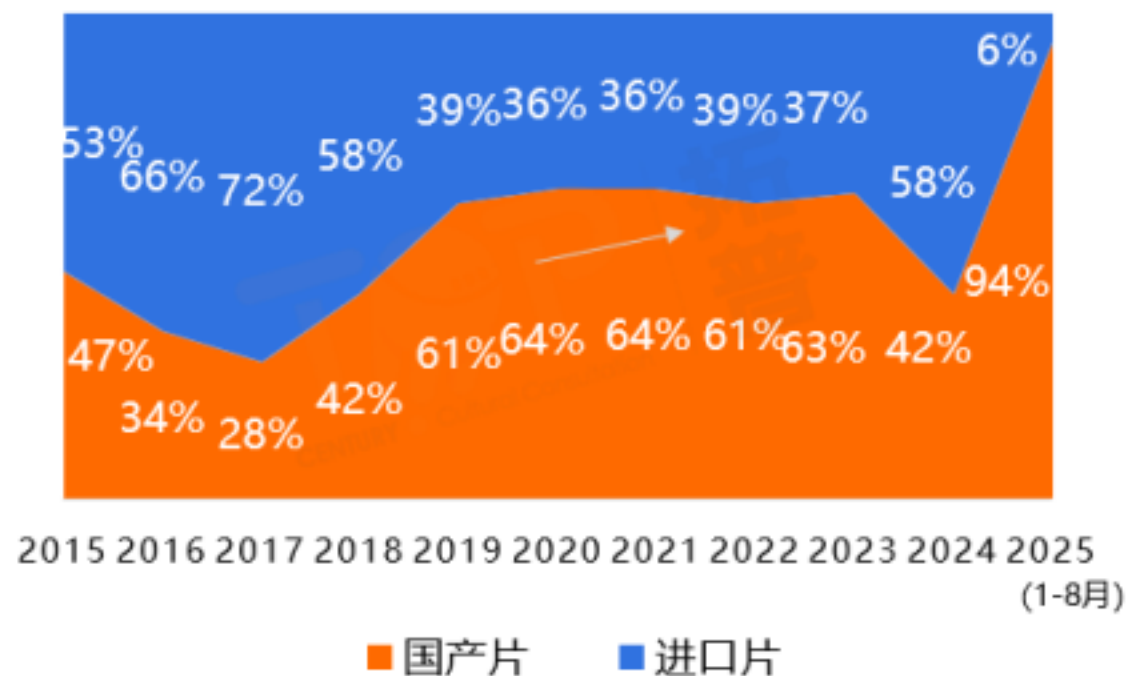
国产动画影响力突破新高

- 国产动画的影响力虽在2024年有回落，但整体从2019年开始持续提升，市场占有率超60%，预计25年突破新高；
- 进口动画已恢复疫情前水平，引进数量超过20部，但单片票房表现有所降低。

2015-2025年新上映国产 VS 进口动画电影数量



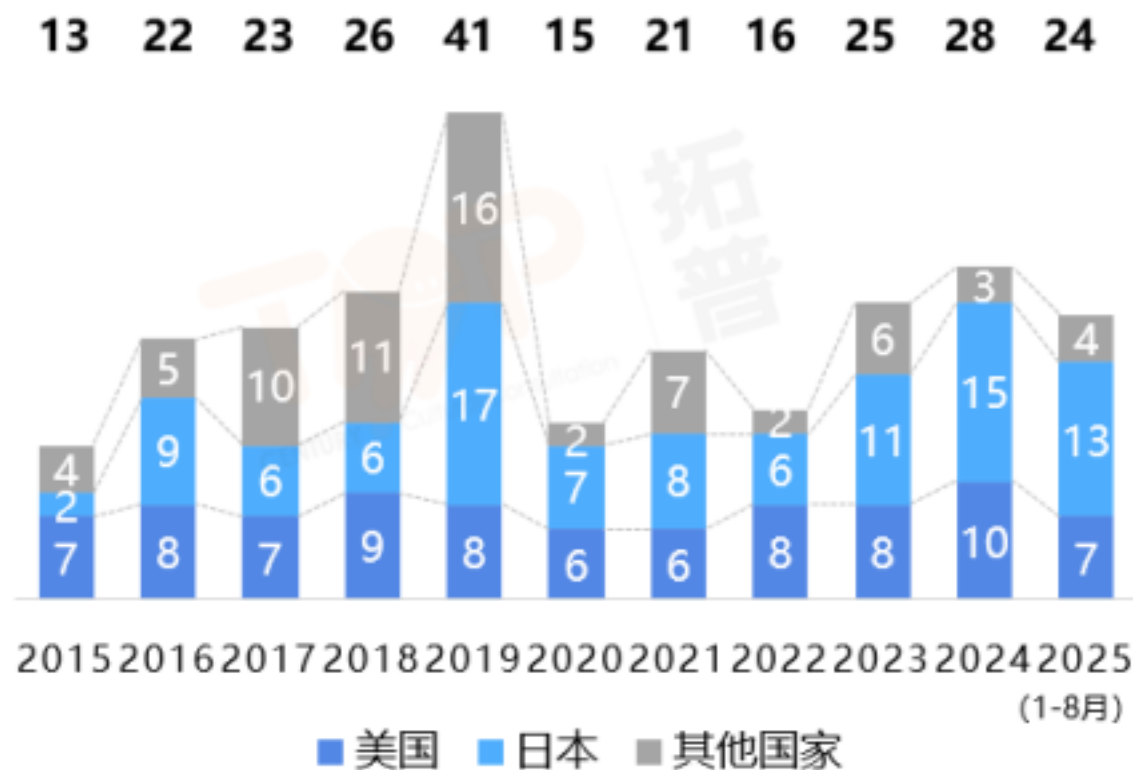
2015-2025年国产 VS 进口动画电影票房占比



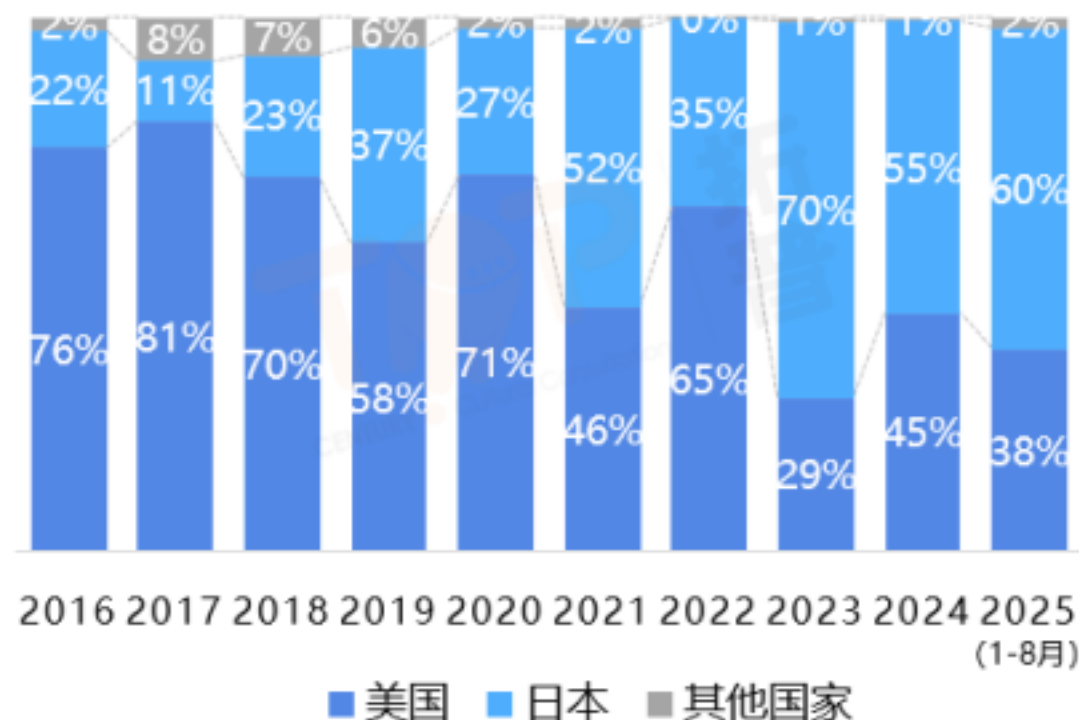
进口动画以美国、日本为主，票房贡献进口动画的90%以上

- **美国动画遇瓶颈：**美国动画以分账片为主，疫情前票房贡献保持在进口动画市场票房的60%以上，但疫情后票房贡献仅剩四成；
- **日本动画迅速崛起：**日本动画主要为买断片，从2023年开始，日本动画贡献进口动画片总票房一半。其中，《铃芽之旅》《你想活出怎样的人生》等日本动画取得了票房新突破，标志着日本动画已经成为进口动画中不可或缺的重要组成。

2015-2025年新上映进口动画分国别电影数量



2015-2025年进口动画分国别电影票房结构



Part Two

动画电影制作现状

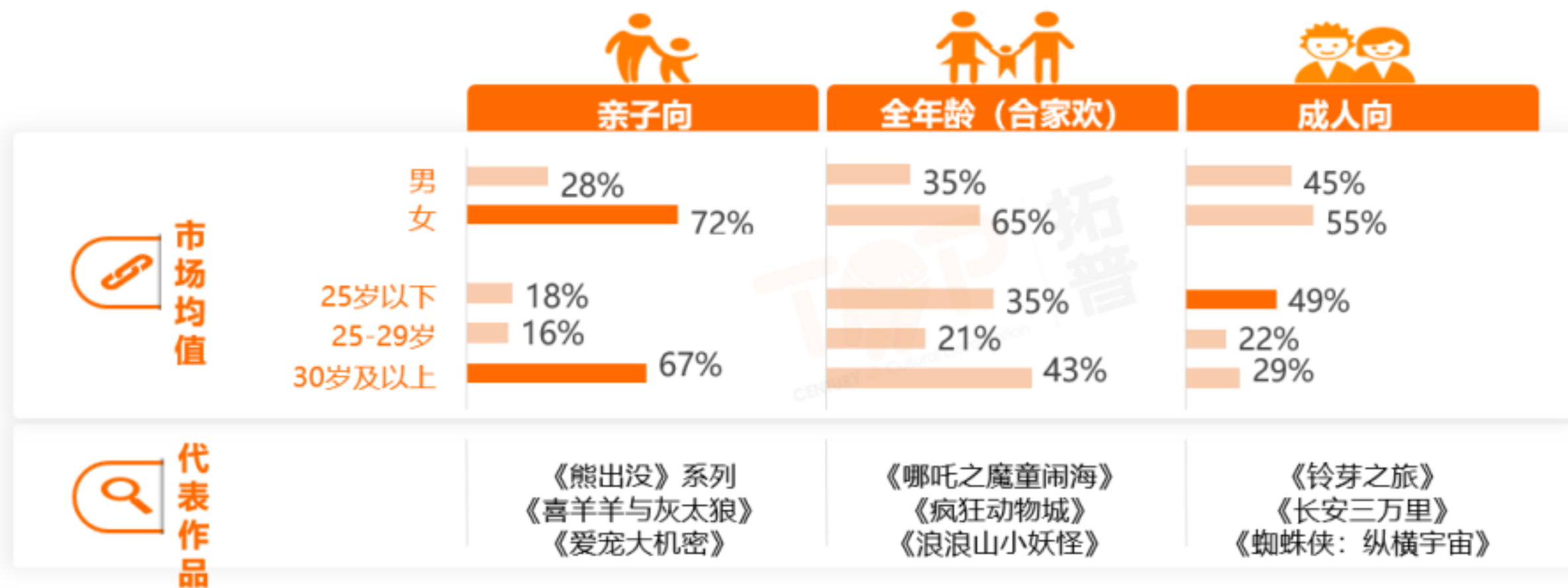
Current Status of Animation Film Production





动画电影按核心受众属性，可分为亲子向、全年龄、成人向三类

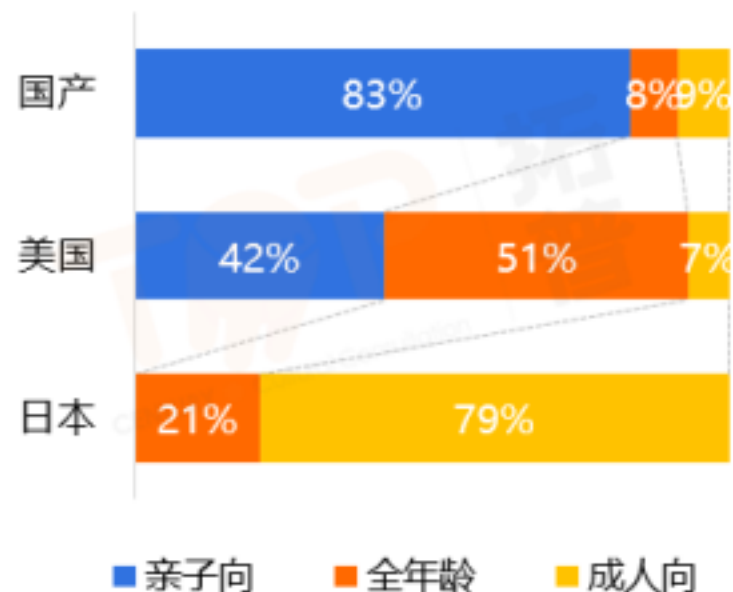
- 众所周知，动画按照受众属性划分，可分为亲自向动画、全年龄合家欢向动画，成人向动画。亲子向动画受众多为女性，主要因为是妈妈购票，因此在年龄上，30岁以上是主要受众群体，代表作《熊出没》系列，《喜羊羊》系列。成人向动画多为25岁以下年轻群体，与亲子动画相比，在故事内容上讨论深层次的内容，代表作《长安三万里》。全年龄动画在创作上更难一些，因为需要兼顾儿童、年轻、中老年等群体，代表作《哪吒之魔童闹海》。



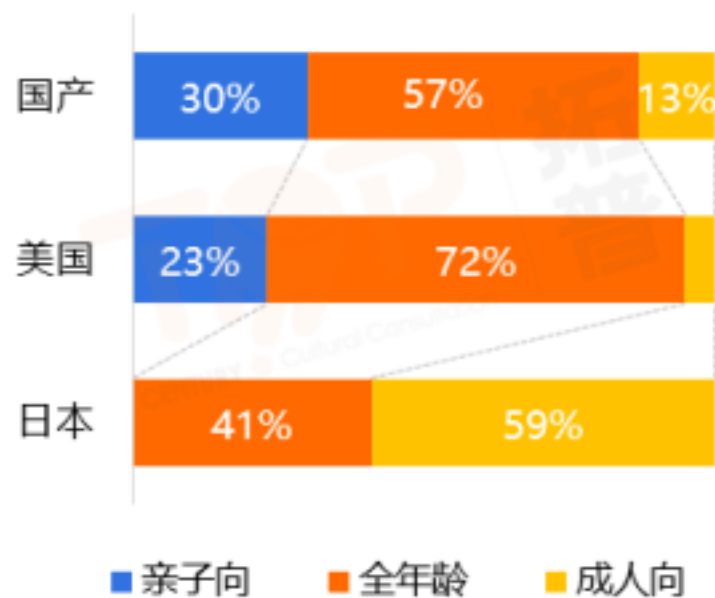
国产动画以亲子向为主，美国动画引进以合家欢、亲子向为主，日本动画则主要为成人向

- 国产动画在数量上仍以亲子为主，但全年龄向是票房主力军：合家欢和成人向动画数量较少，但本体内容优势明显，如《哪吒》《浪浪山小妖怪》等，不断突破票房天花板。而亲子国产动画，除《熊出没》系列外，票房普遍在2亿以下；
- 美国动画的引进主要以合家欢、亲子类为主：精品化制作及合家欢类属性及是美国动画在国内票房成功的关键因素；
- 日本动画以成人向为主：其次是全年龄，体现了日本本土接受度较高的动漫文化氛围。

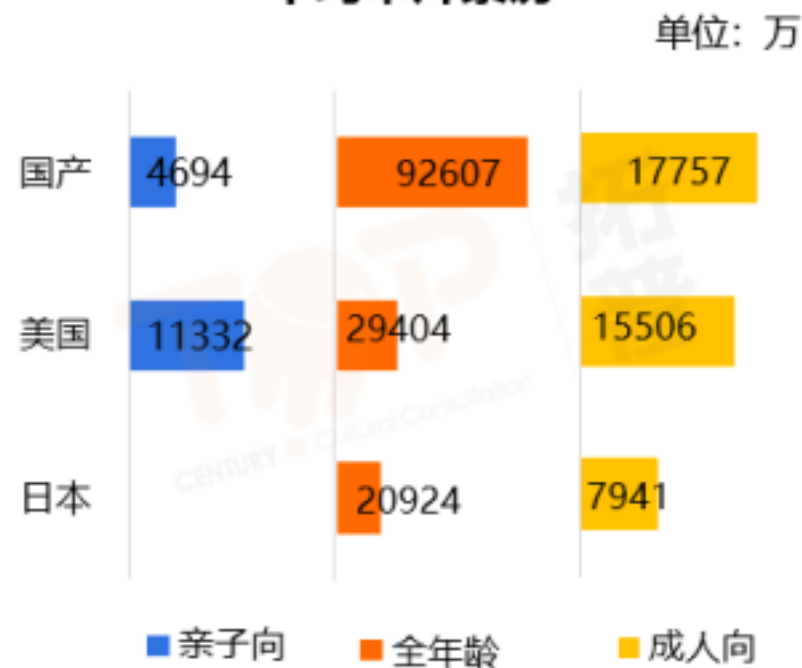
2015-2025年上映动画电影数量结构



2015-2025年动画电影票房结构



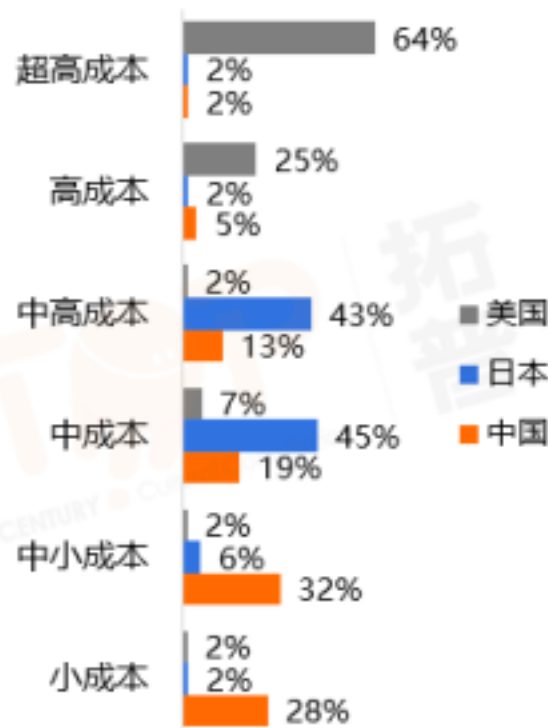
2015-2025年动画电影平均单片票房



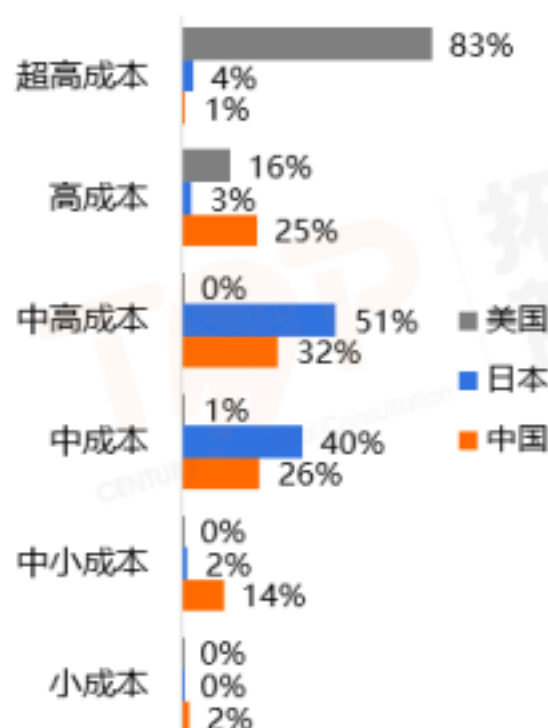
国产动画呈现出赌博性质的投资与创作态势，美国动画实行高风险高回报，日本动画则以稳扎稳打为主

- **国产动画具有以小博大的特征：**国产动画影片出现以中小成本的投资达到中高成本影片的回报的现象，同时备案量疫情后逐年下降，反映出出品方在动画影片上的战略收缩与资源优化；
- **美国动画投资实行高风险高回报：**超高成本的制作是美国出品方的必杀技，带来超高效益；
- **日本动画投资以稳扎稳打为主：**中高成本投资中高成本回报的风格让日本坐稳动漫第一大国。

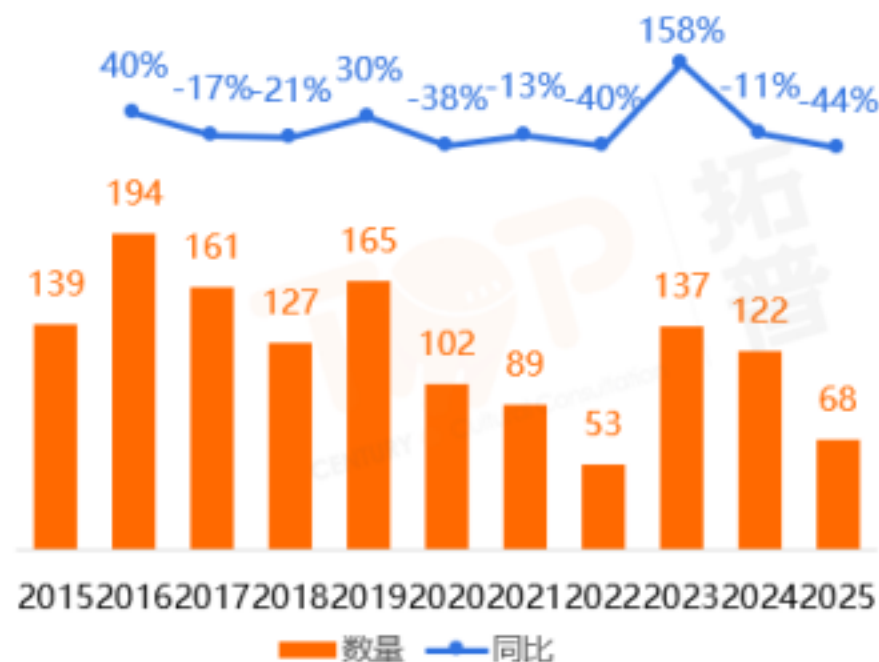
2015-2025年投资规格数量分布



2015-2025年投资规格票房分布

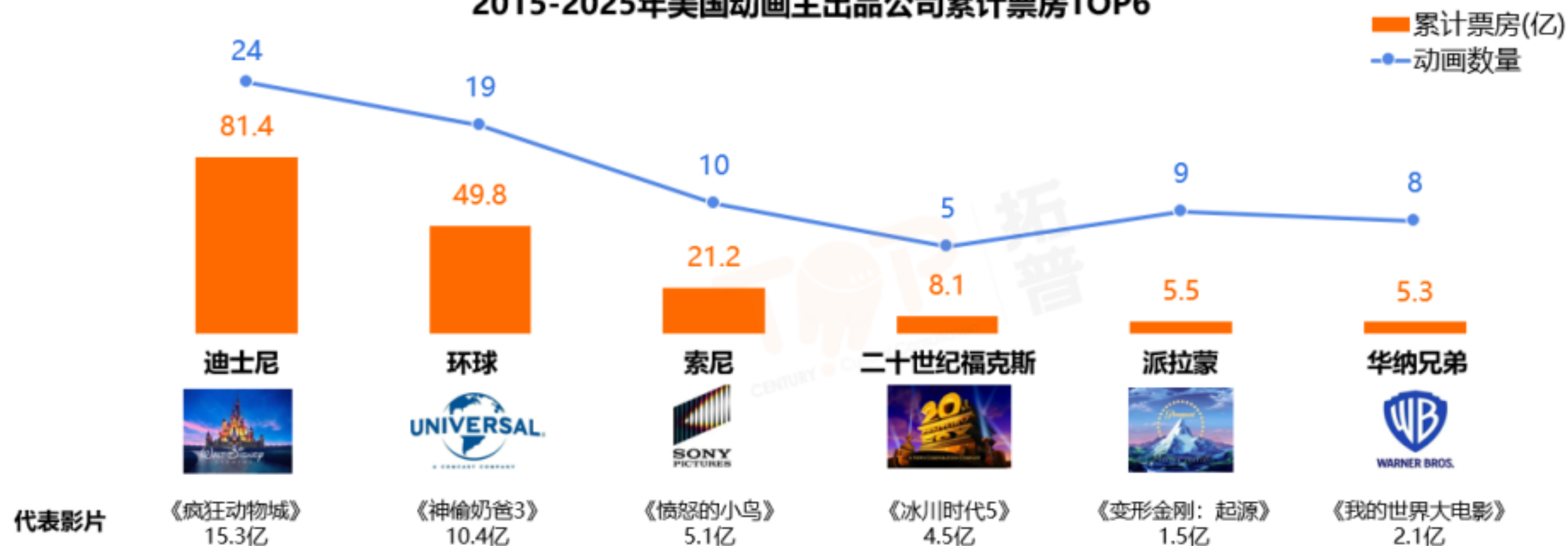


2015-2025年国产动画电影备案数量



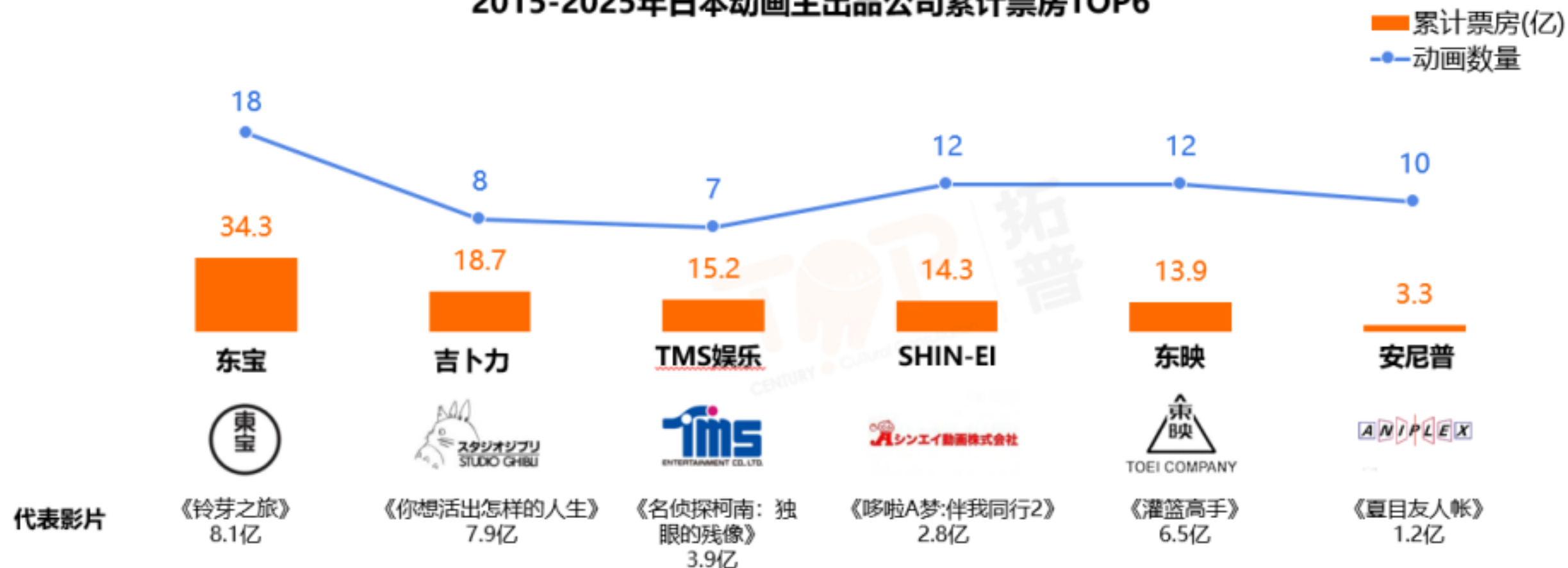
- 数量上，迪士尼近10年引进动画数量最高，其次是环球、索尼；
- 票房贡献上，迪士尼近10年出品动画累计票房81.4亿，贡献近10年美国进口动画总票房的43%；其次是环球，近10年出品动画累计票房49.8亿，票房占美国进口动画总票房的26%。

2015-2025年美国动画主出品公司累计票房TOP6



- 数量上，东宝近10年引进动画数量最高，其次是东映、SHIN-EI；
- 票房贡献上，东宝对近10年日本进口动画的票房贡献最高，占比32%；其次是吉卜力，票房占比18%；TMS娱乐，票房占比15%。

2015-2025年日本动画主出品公司累计票房TOP6



- 数量上，光线影业在国产动画品类上的布局数量最多，近10年共上映16部国产动画；其次是华强动画，其主要IP“熊出没”系列除2020年外每年上映1部；
- 票房贡献上，光线位居榜首，其以《哪吒》等影片为代表贡献票房242.7亿；华强动画票房排名居次席；追光自开启“白蛇”系列后，又出一爆款《长安三万里》，成功向成人向动画转型，累计票房居市场第三。

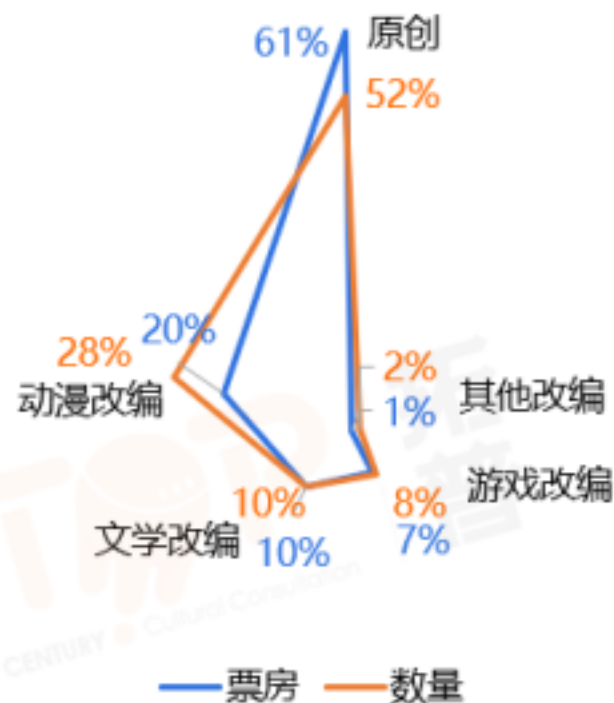
2015-2025年国产动画主出品公司累计票房TOP6



高体量好莱坞动画以自身为核心构建了一套完整的IP产业链

- 美国动画产业高度工业化，动画影片以原创内容为核心，通过挖掘影片的影响力打造系列衍生作品，进一步拓展产业链，将动画与真人相结合，以增强影片的市场竞争力和品牌价值。从历史数据看，过亿的好莱坞动画片均有这一属性。

2015-2025年不同改编形式分布



2015-2025年不同系列累计票房TOP6

	电影系列IP	累计票房(亿)
	神偷奶爸	14.6
	功夫熊猫	13.8
	冰雪奇缘	8.6
	狮子王	8.3
	小黄人	6.7
	愤怒的小鸟	6.5

53%

过亿影片票房贡献美国进口动画

动画与真人相结合

片例



《刺猬索尼克》《多力特的奇幻冒险》

IP衍生品

案例



小黄人XLUSH 功夫熊猫X汉堡王

- 日本是动漫接受度较高的国家，动画电影的票房成功主要源自于日本成熟的动漫产业所提供的充足IP，以及日本行业土壤培育的优质动漫电影制作团队。从历史数据看，头部日本动画主要来自经典动漫IP改编及知名漫画家执导。

2015-2025年过亿票房日本进口动画

上映年份	电影系列IP	票房 (亿)
2015-2025	哆啦A梦	18.5
2015-2025	名侦探柯南	18.4
2023	灌篮高手	6.5
2016/19/22/24	航海王	5.1
2023/2024	蜡笔小新	2.4
2020	数码宝贝	1.4
2016	火影忍者	1.3
2024	排球少年	1.3
2019	夏目友人帐	1.2

经典动漫IP改编

51%

过亿影片票房贡献日本进口动画

上映日期	电影名称	票房 (亿)
2023/3/24	铃芽之旅	8.1
2016/12/2	你的名字。	5.8
2019/11/1	天气之子	2.9
新海诚执导		
累计票房		8.65
2024/4/3	你想活出怎样的人生	7.9
2019/6/21	千与千寻	4.9
2018/12/14	龙猫	1.7
2024/4/30	哈尔的移动城堡	1.7
2025/5/1	幽灵公主	1.1
宫崎骏执导		
累计票房		6.62

34%

过亿影片票房贡献日本进口动画

知名漫画家执导

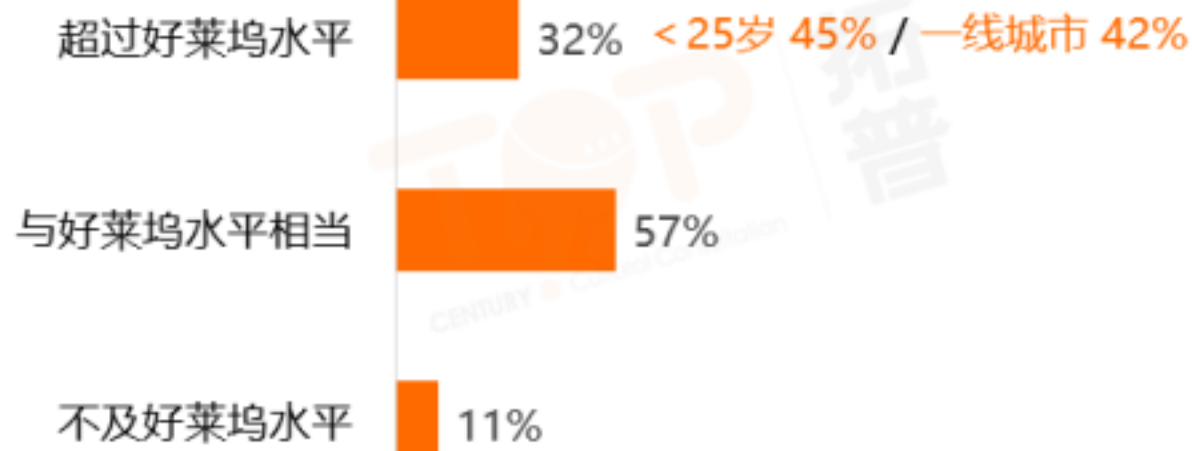
国产动画已迈入2.0阶段，九成观众表示头部国产动画已接近甚至超过好莱坞水平

- 近年国产动画愈加成熟，已从简单叙述神话故事的《西游记之大圣归来》等影片升级到输出文化价值、重述神话世界观的《长安三万里》《哪吒之魔童闹海》《浪浪山小妖怪》等影片，单片票房不断突破天花板，历史动画电影票房TOP10影片中，国产片占7席；
- 89%的观众表示头部国产动画已接近甚至超过好莱坞水平，其中25岁以下年轻观众、一线城市观众认为“超过好莱坞水平”的比例相对更高，均占到了四成以上。

历史动画电影票房TOP10

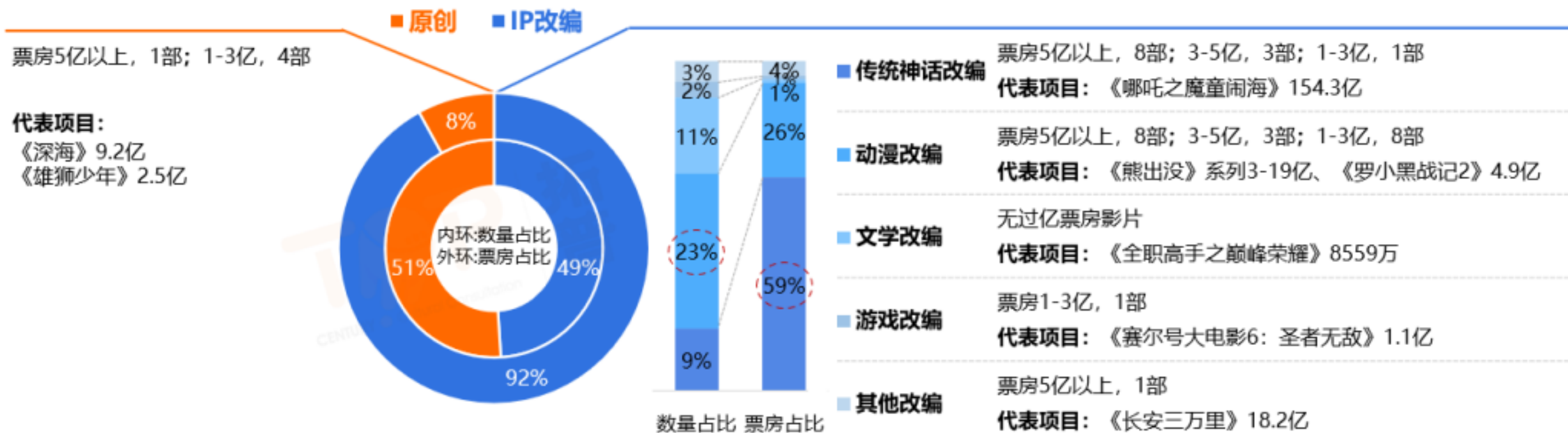
排名	上映日期	电影名称	累计票房(亿)	国别
1	2025/01/29	哪吒之魔童闹海	154.3	中国
2	2019/07/26	哪吒之魔童降世	50.3	中国
3	2024/02/10	熊出没·逆转时空	19.8	中国
4	2023/07/08	长安三万里	18.2	中国
5	2020/10/01	姜子牙	16.0	中国
6	2016/03/04	疯狂动物城	15.3	美国
7	2023/01/22	熊出没·伴我“熊芯”	15.0	中国
8	2025/08/02	浪浪山小妖怪	14.5	中国
9	2017/11/24	寻梦环游记	12.3	美国
10	2017/07/07	神偷奶爸3	10.4	美国

观众对头部国产动画电影的感知



- 国产动画以IP改编类票房优势最为突出：近10年IP改编类国产动画以49%的数量贡献92%的国产动画票房；
- IP改编类动画以动漫改编类数量占比最多、传统神话改编票房最具优势：动漫改编类动画数量占IP改编类国产动画的23%，但票房优势不及传统神话改编，票房5亿以上影片主要来自《熊出没》系列。而传统神话改编类国产动画以其大众耳熟能详的故事，受众基础更为广泛，近10年以9%的数量贡献国产IP改编类动画票房的59%，如《哪吒》《姜子牙》《白蛇》系列等爆款项目。

2015-2025年不同改编形式国产动画分布



但传统神话IP并不是100%票房保障，仅1/3的动画片票房过亿

- 近10年上映32部传统神话改编的动画片，其中仅三分之一的影片票房过亿，大热IP哪吒、西游记等虽影片数较多，但过亿票房影片也未到一半，传统神话故事IP并不是票房下限。

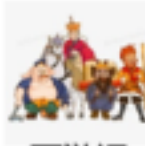
2015-2025年过亿票房传统神话改编

	上映日期	电影名称	票房 (亿)
 哪吒	2025/01/29	哪吒之魔童闹海	154.3
	2019/07/26	哪吒之魔童降世	50.3
	2021/02/12	新神榜：哪吒重生	4.6
累计票房			209.2
 封神	2020/10/01	姜子牙	16.0
	2022/08/19	新神榜：杨戬	5.6
累计票房			21.6

有3部
未过亿
影片

有2部
未过亿
影片

其他神话IP均未过亿，如牛郎织女、嫦娥、八仙过海、钟馗

	上映日期	电影名称	票房 (亿)
 白蛇	2021/07/23	白蛇2：青蛇劫起	5.8
	2019/01/11	白蛇：缘起	4.7
	2024/08/10	白蛇：浮生	4.3
累计票房			14.7
 西游记	2025/08/02	浪浪山小妖怪	14.5
	2015/07/10	西游记之大圣归来	9.6
	2021/04/02	西游记之再世妖王	1.1
累计票房			10.7
山海经	2016/07/08	大鱼海棠	5.8

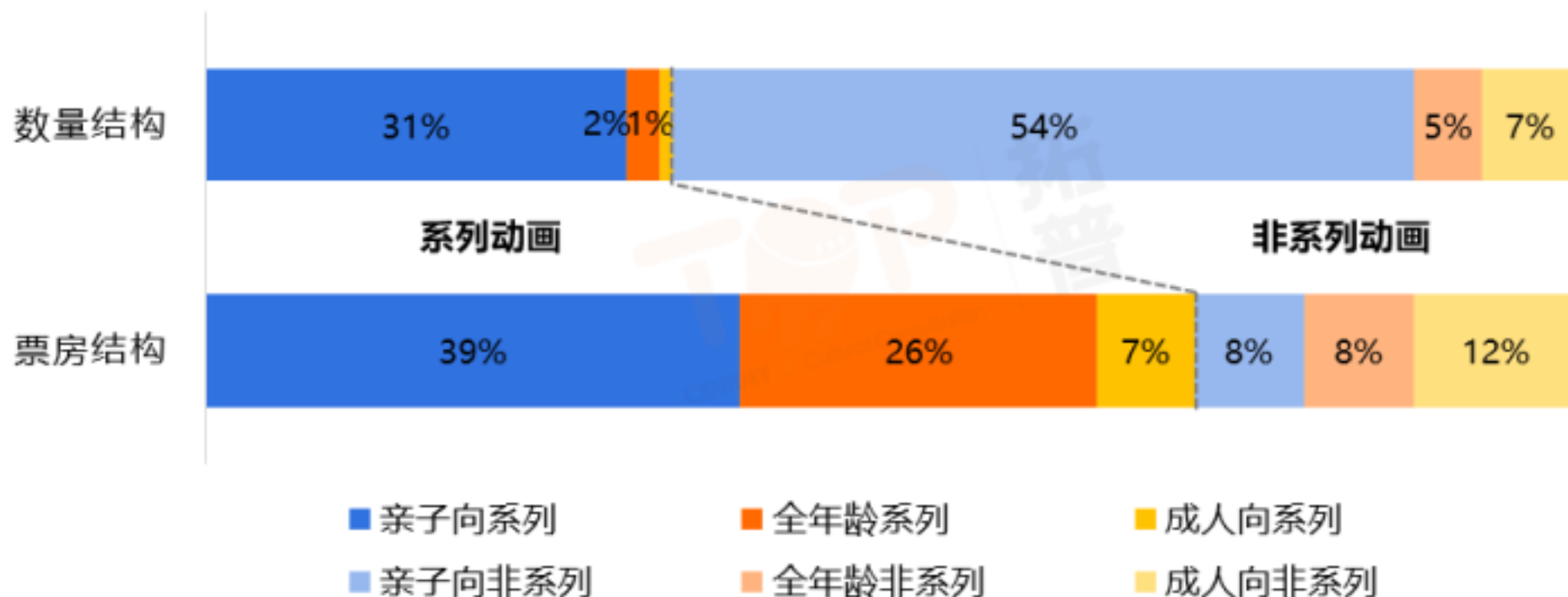
有7部
未过亿
影片

有2部
未过亿
影片

系列动画票房优势明显，以三成的数量贡献国产动画总票房八成

- **国产系列动画票房优势远超非系列动画：**特别是亲子向动画，系列与非系列在动画数量和票房上呈明显倒挂状态。亲子向系列动画以31%的数量贡献39%的票房，而非系列亲子动画以54%的数量占比，仅贡献了8%的票房；
- **国产系列动画仍然以亲子向为主，非亲子向系列动画数量较少，但票房势能强劲：**其中，全年龄系列动画以2%的数量贡献大盘26%的票房，成人向系列动画以1%的数量贡献大盘26%的票房，成人向系列动画以1%的数量贡献大盘7%的票房。

2015-2025年国产系列VS非系列动画数量及票房结构



哪吒系列为国产全年龄系列动画天花板，居国产系列动画票房首位

- 国产系列动画以亲子向为主，且除“熊出没”系列外，亲子系列片均票房体量均在2亿以下；
- 非亲子向系列动画中，《哪吒》系列作为国产全年龄系列动画的天花板，居国产系列动画票房榜首；成人向系列动画代表作主要为《白蛇》《新神榜》系列。

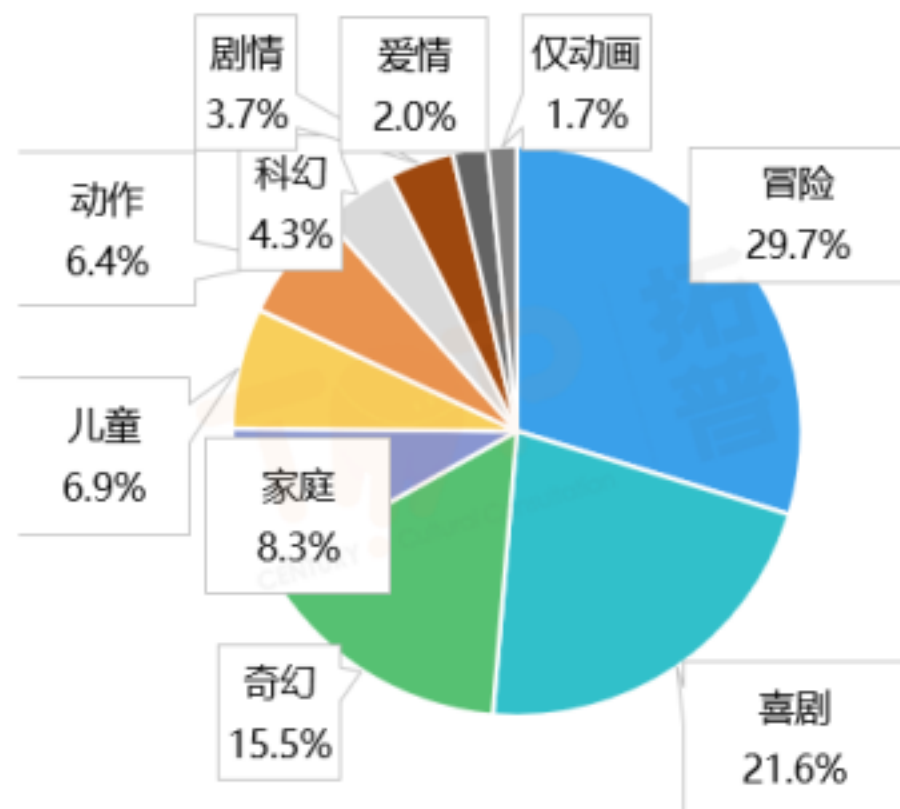
历史国产系列动画累计票房TOP10



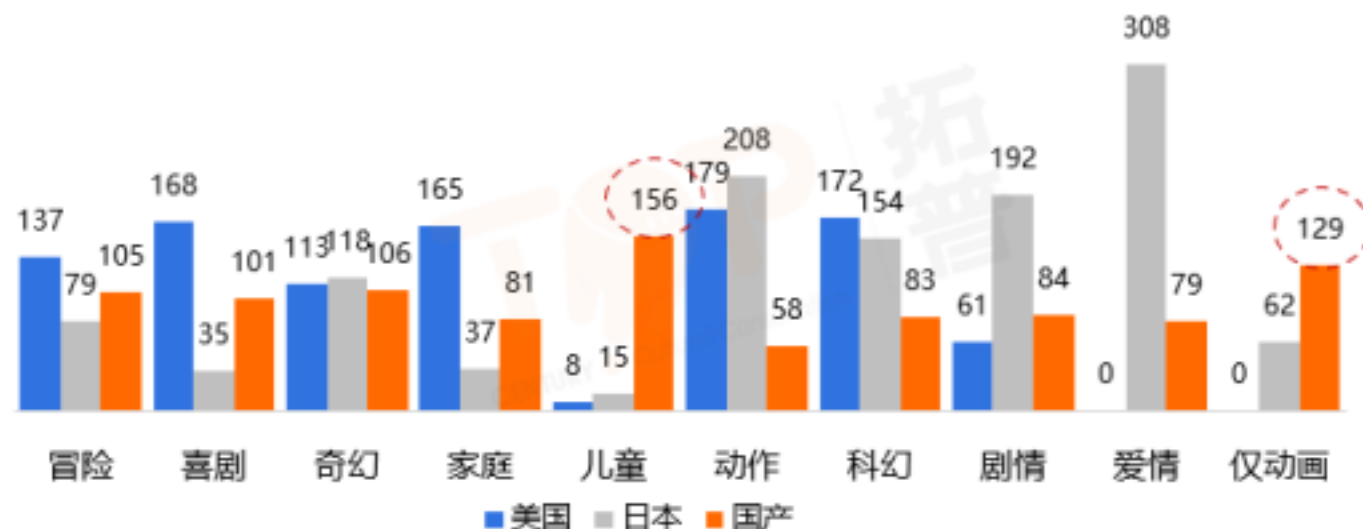
动画片以冒险、喜剧题材为主，国产动画未有突出题材，美国动画主要为家庭喜剧题材，日本则是动作科幻

- 近10年动画片融入冒险题材最多，其次是喜剧和奇幻；
- 分国家看，国产动画仅儿童题材突出，无明显题材表现次之；美国进口动画以家庭、喜剧、动作、科幻题材为主，日本动画主要为动作、科幻、剧情、爱情。

2015-2025年动画影片完整类型



2015-2025年动画影片完整类型表现-分国别TGI



Part Three

动画电影观众内容偏好

Audience Content Preferences of Animation Film



**富有中国传统文化和东方美学魅力是国产动画的优势所在；
故事内容俗套、简单是当前国产动画存在的主要问题**

观众对国产动画电影的整体印象

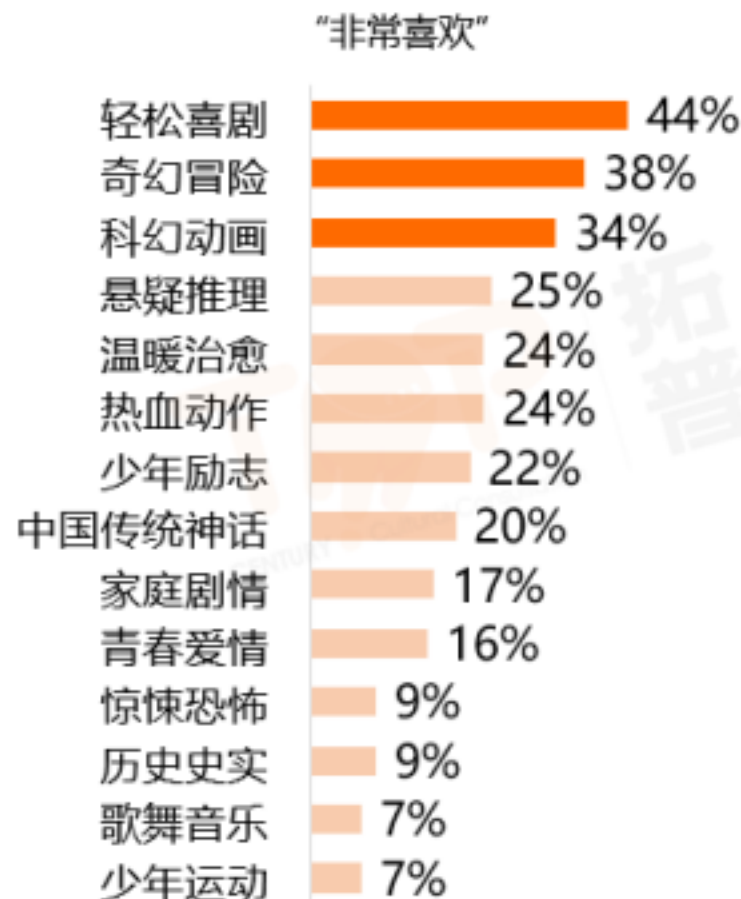


动画电影按题材可分为幻想类和现实类；

其中，充满喜剧元素、富有想象力的动画题材元素最受观众青睐



动画题材元素偏好



公共IP广泛的受众基础是把双刃剑，非公共IP具有以小博大属性

- **公共版权IP具备广泛受众基础，创新并输出价值是关键：**公共IP以其天然的国民度、话题性等，具备较高的“营销潜力”，但接触了更多新事物的观众们，已对套路化公共IP免疫，急需更多内容创新并输出情绪价值、文化世界观等；
- **非公共IP受其原IP受众规模属性及内容改编质量影响，票房体量差距明显：**非公共IP往往因其受众局限在固定领域，未形成大众层面的广泛认知，对影片票房加成比例相对较低，但利用好属性破圈后可创造新天花板。

公共IP

- 以知名度较高的公共IP为原型，从不同角度进行诠释、重新焕发生命力。



西游记



封神演义



山海经



白蛇传



木兰辞



三国演义

...

非公共IP

- 以文学、动漫、游戏、电影等某一领域IP为基础，向动画电影载体做开发。

文学改编



《冰雪奇缘》



《你想活出怎样的人生》



《全职高手》

...

动漫改编



《哆啦A梦》



《罗小黑战记2》



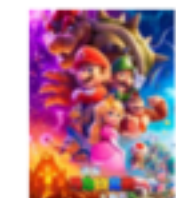
《超能陆战队》

...

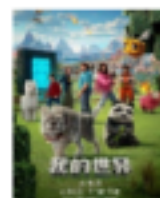
游戏改编



《愤怒的小鸟》



《超级马力欧兄弟》



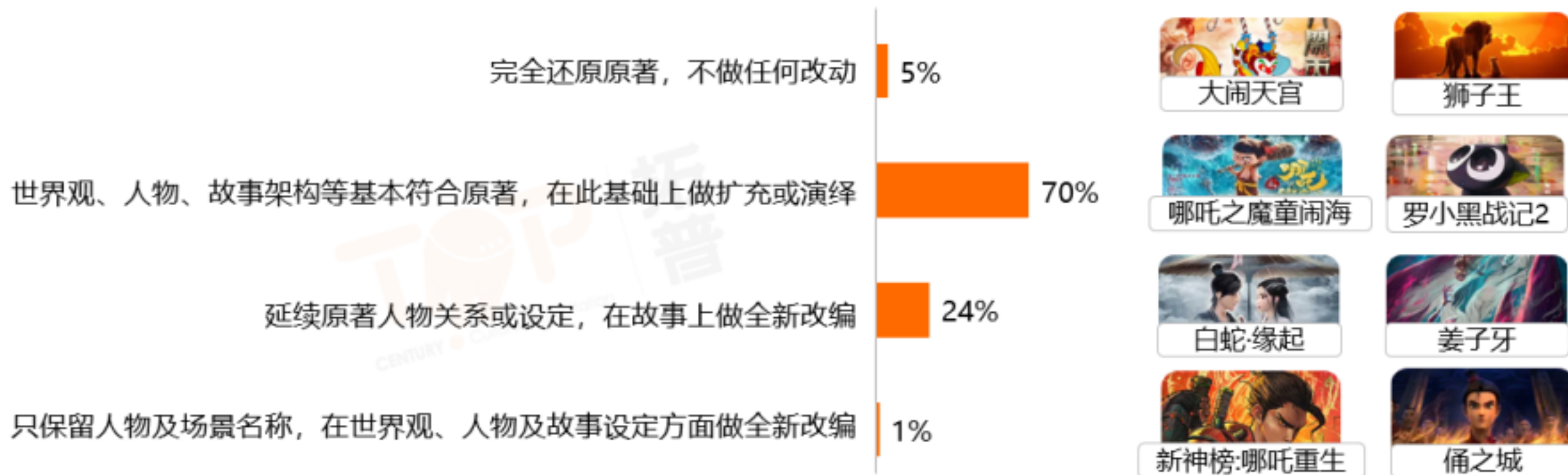
《我的世界》

...

基本贴合原著，并在此基础上做扩充或演绎的改编方式最受观众期待；照搬原著、脱离原IP故事的全新改编风险相对较大

- 在世界观、人物、故事架构符合原著基础上做扩充或演绎的改编方式最受观众期待：代表作品《哪吒之魔童闹海》对反派角色设定及哪吒与敖光对战等经典情节做了重新演绎；
- 其次受观众期待的是延续原著人物关系或设定，在故事上做全新改编：此种改编方式保留了原IP的人物设定及人物关系，但脱离了原IP的故事脉络，塑造了全新世界观，代表作品《姜子牙》《白蛇·缘起》。

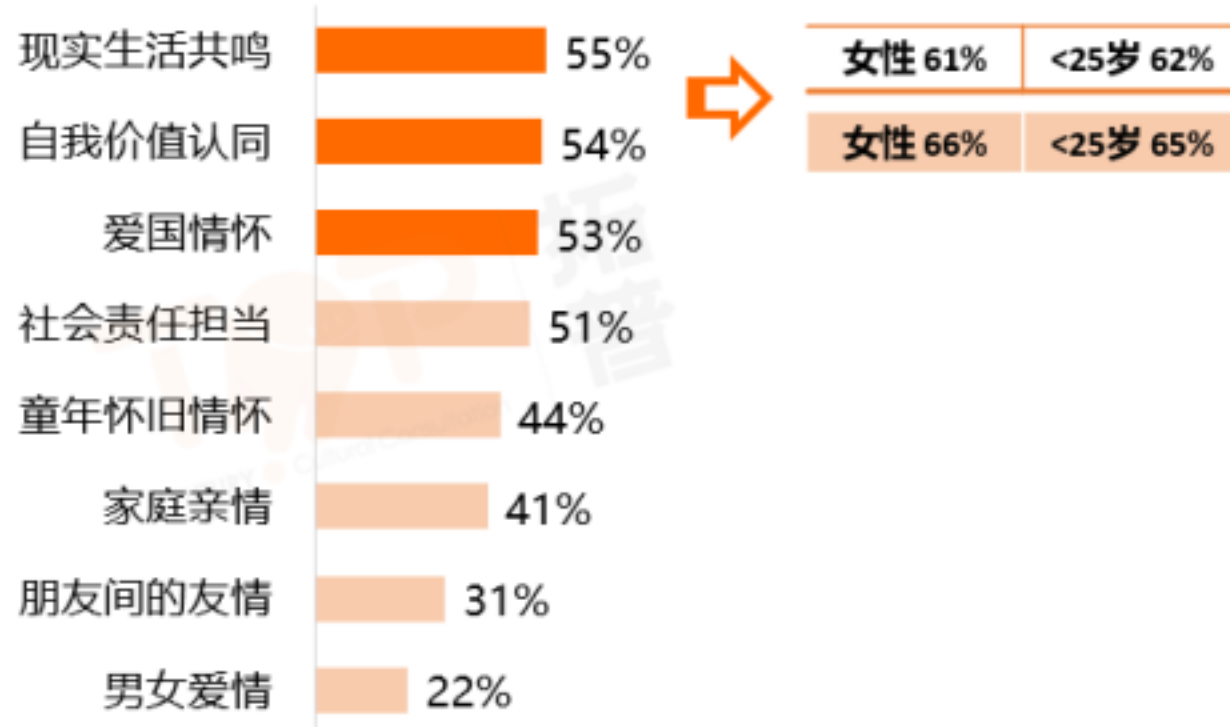
观众期待的IP改编形式



“与我相关”的情感元素能够与观众形成强烈的共情连接，撬动更高票房增量

- **现实生活共鸣、自我价值认同最具有普世性，且“与我有关”**：如《浪浪山小妖怪》反映了成年人生活的艰辛和不易，《哪吒之魔童闹海》表现了自我人格完善后的自我接纳。其中，女性、25岁以下年轻观众对现实生活共鸣、自我价值认同的偏好度相对较高；
- 朋友间的友情、男女爱情受众面相对最窄。

观众对动画电影中的情感元素期待



片例

《浪浪山小妖怪》生活的艰辛与不易

《哪吒之魔童闹海》自我人格完善后的自我接纳

《西游记之大圣归来》民族文化自豪感、个人英雄成长与自我救赎

《冲出地球》拯救地球

《白蛇·缘起》怀旧情怀

《寻梦环游记》家庭亲人跨越生死的情感连接

《熊出没》友情与亲情

《大鱼海棠》爱情是无私的

众对影片的认知

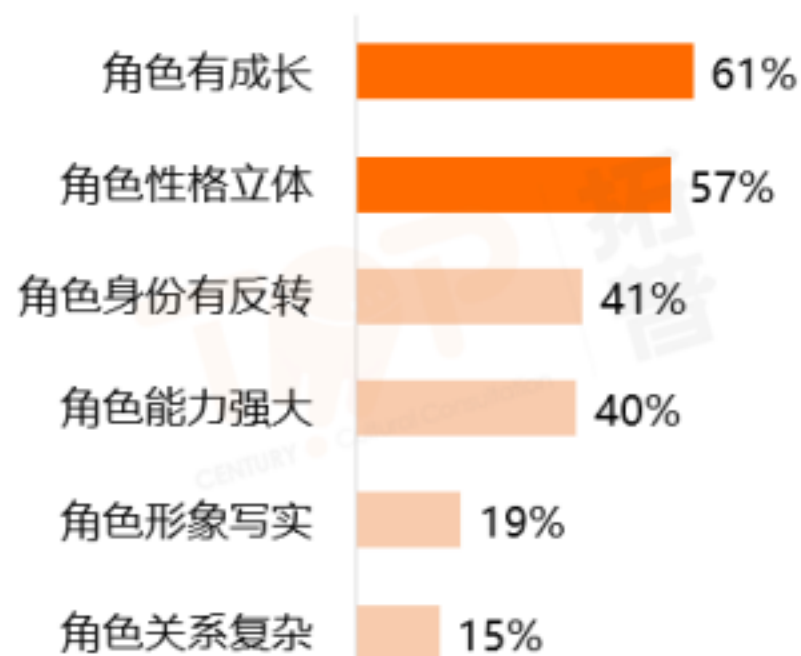
- **由浅入深是观众认知影片的路径：**观众认知影片往往从角色外在视觉元素开始，通过角色形象、行为、性格等外在信息层层深入，并最终借由角色感知影片传递的情感价值观内核；
- **具有独特性的角色形象更容易令观众形成对影片的认知：**独特性、差异化的角色给观众带来新鲜感，进而令观众对影片产生深刻认知。如哪吒的烟熏妆、大圣的落魄形象、小青的火辣身材等，形象鲜明、颠覆传统，令观众印象深刻。



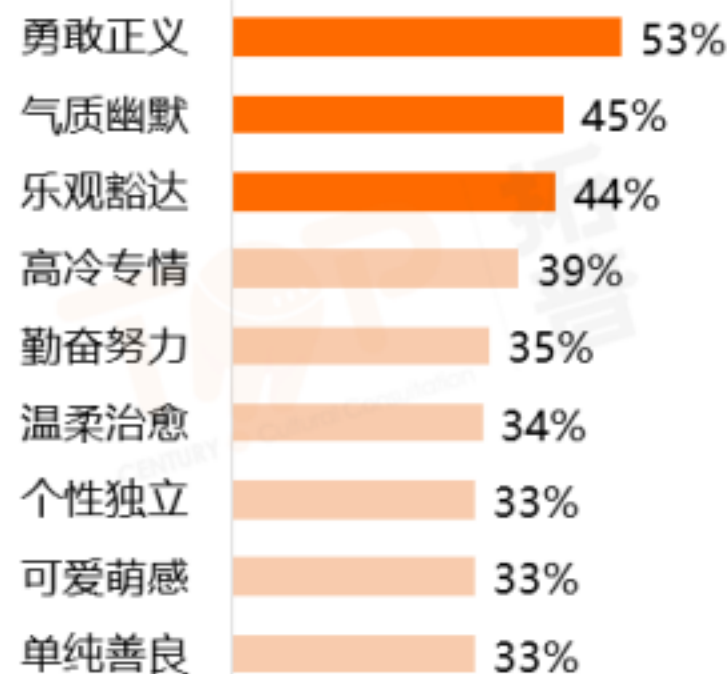
角色有成长、性格立体是角色设定的关键，具有正能量的角色性格最受观众期待

- **角色有成长、性格立体是角色设定的关键**：观众最期待在影片中看到角色的成长和立体的性格，如哪吒的从叛逆堕落到逆天改命，大圣的从孤独冷漠到自我救赎；
- **观众期待的角色形象具备鲜明立体的性格特点**：“勇敢正义”“气质幽默”“乐观豁达”等正能量的角色性格最受观众期待。

观众角色设定期待



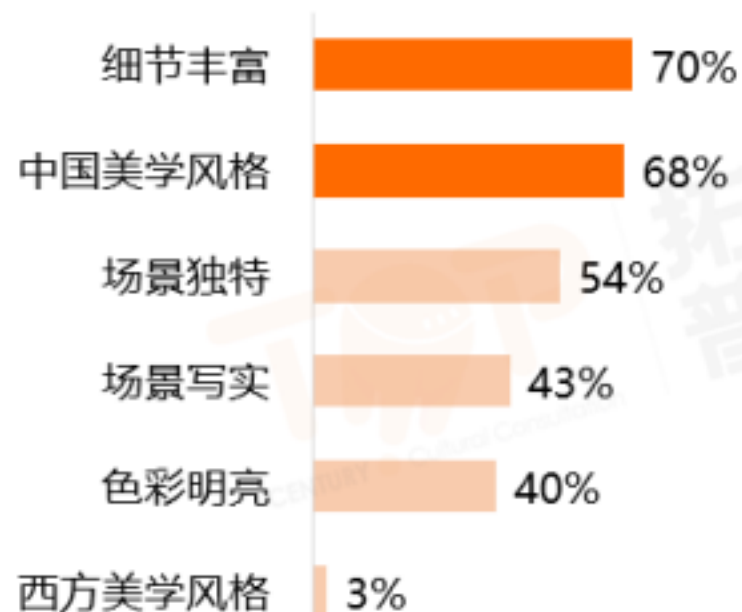
观众角色性格偏好



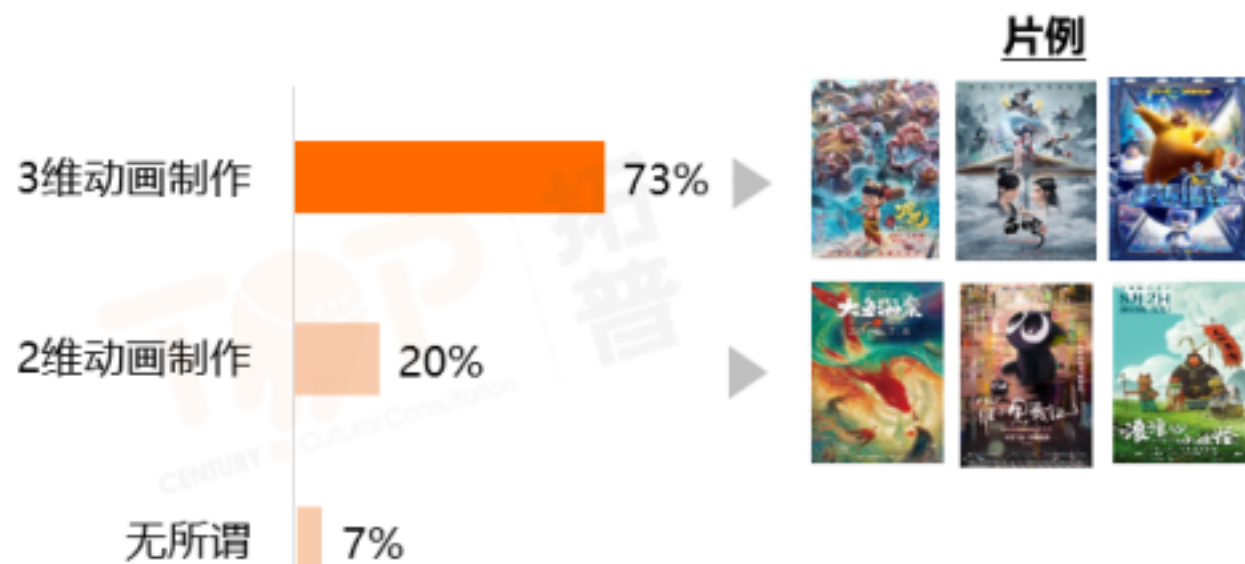
细节丰富、中国美学风格的画面制作最受观众期待；随着技术的不断成熟发展，3维制作深受观众认可和青睐

- 观众对国产动画在画面制作上的期待主要集中在细节丰富、具有中国美学风格上；
- 技术应用方面，随着国产动画制作技术的不断提升，3维制作在细节和特效上更加精致，进而收到观众青睐。

观众对国产动画的画面制作期待



观众对国产动画的技术应用期待



Part Four

动画电影消费市场分析

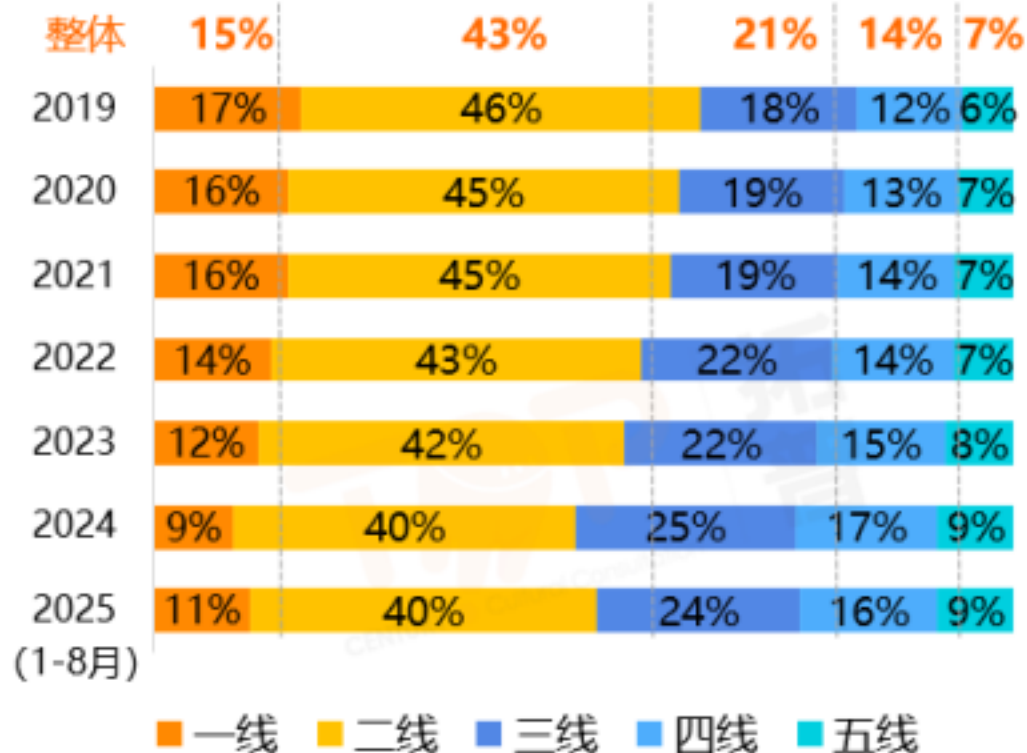
Analysis On Marketing of Animation Film



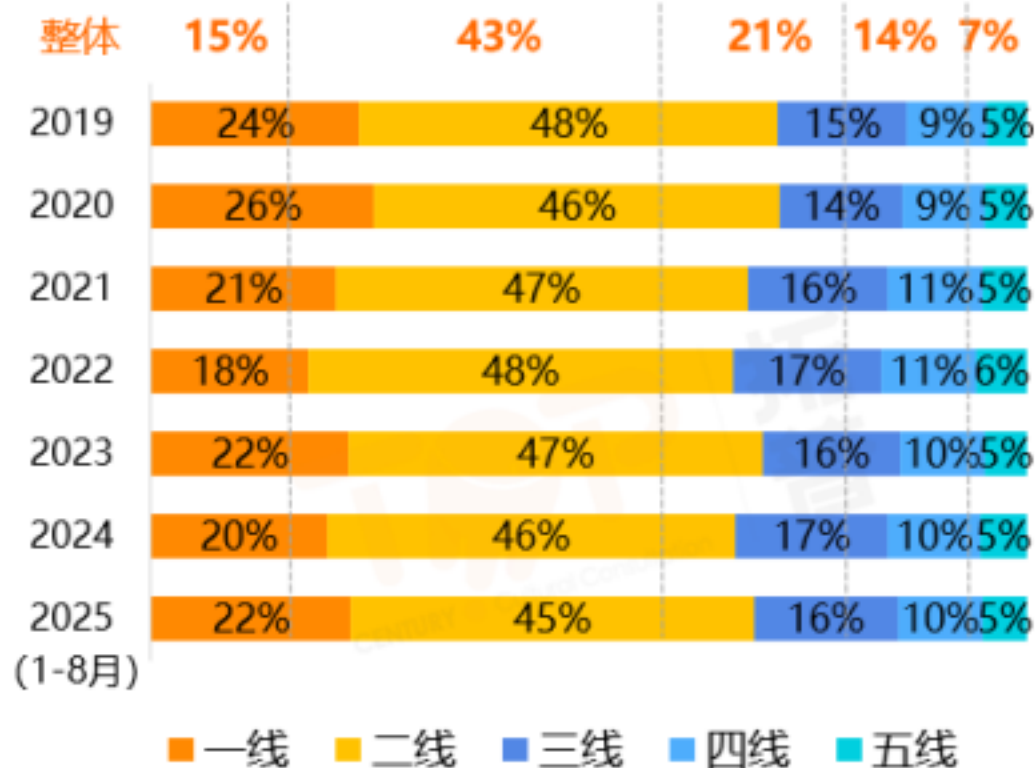
国产动画下沉潜力强，进口动画更受一二线观众青睐

- 国产动画以其本土化的故事，在审美趣味上更加大众化，因而更具有下沉潜力，在下线城市票房份额更高；
- 相比国产动画，进口动画在一二线城市票房份额更高，其中一线城市的票房占比高出国产动画2倍。

2019-2025年各票仓国产动画票房分布



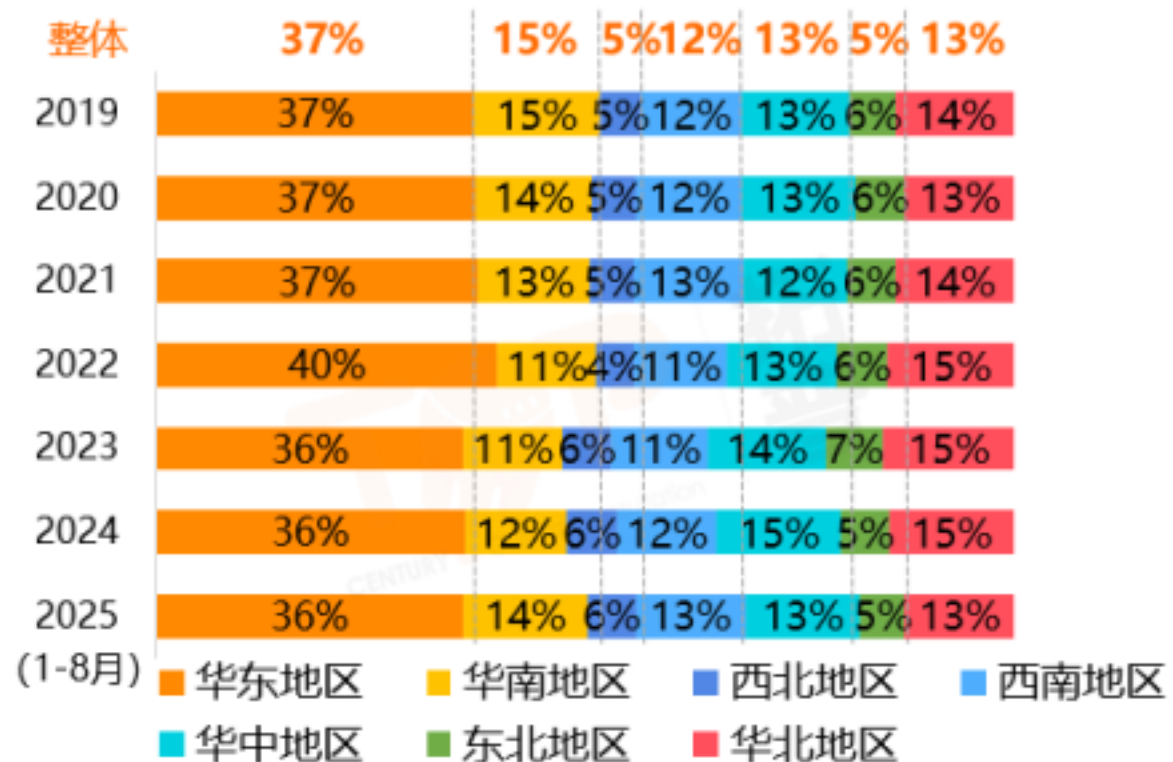
2019-2025年各票仓进口动画票房分布



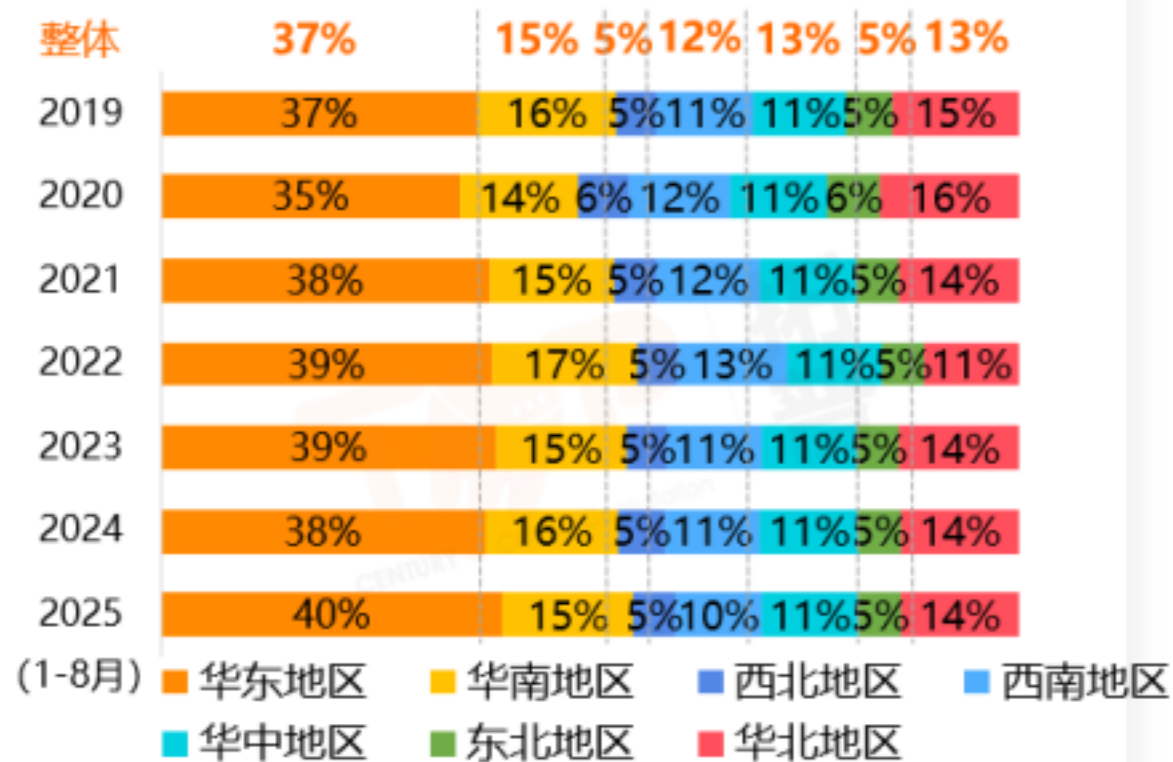
华东地区偏爱进口动画，而西南和华中地区对进口动画贡献有限

- 从大区上看，进口动画受与国际贸易更密切的华东地区观众的喜爱，票房份额突出，西南和华中地区市场的潜力较小，票房份额低于整体市场贡献；
- 而对于国产动画片，各大区的喜爱程度与整体市场差异不大。

2019-2025年各大区国产动画票房分布



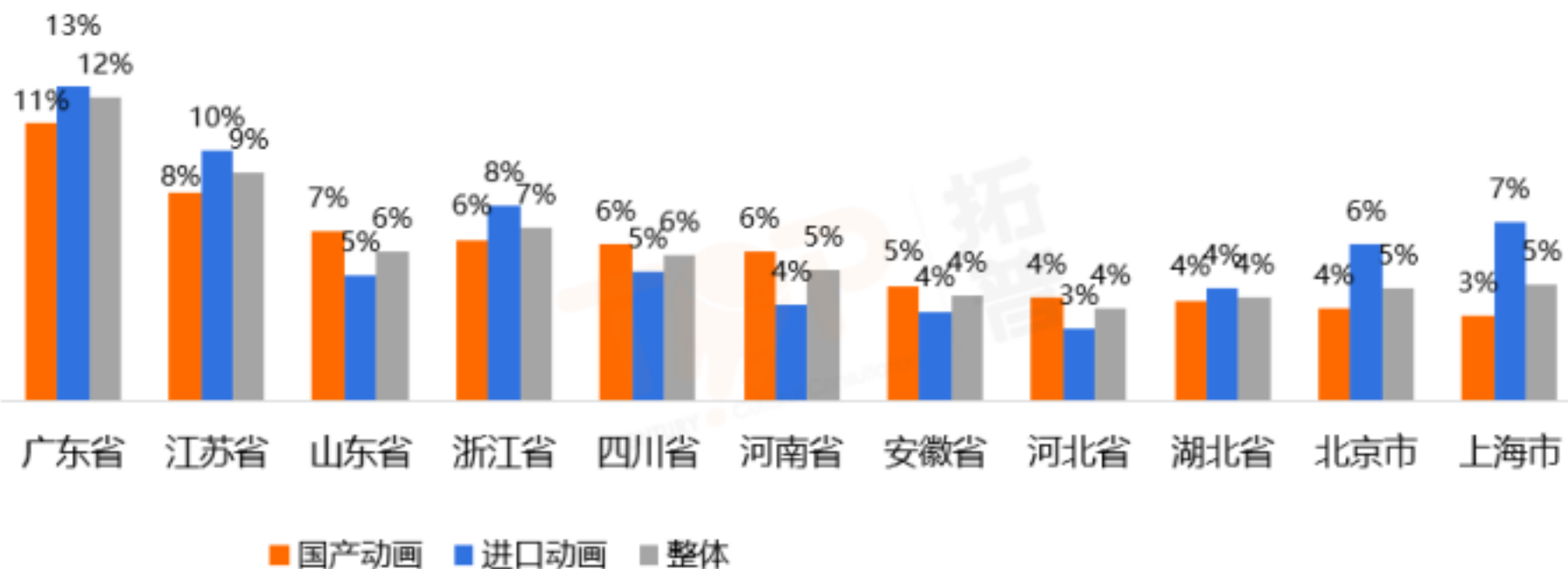
2019-2025年各大区进口动画票房分布



广东、江苏、浙江等发达省市对进口片的贡献较多，国产动画片在山东、河南等人口大省的潜力更大

- 分省份看，广东、江苏、浙江等发达省市对进口片的贡献较多，特别是北京和上海两个主要直辖市进口动画片份额远超整体市场；
- 国产动画片在山东、河南等人口大省的潜力更大，其票房份额远超进口片。

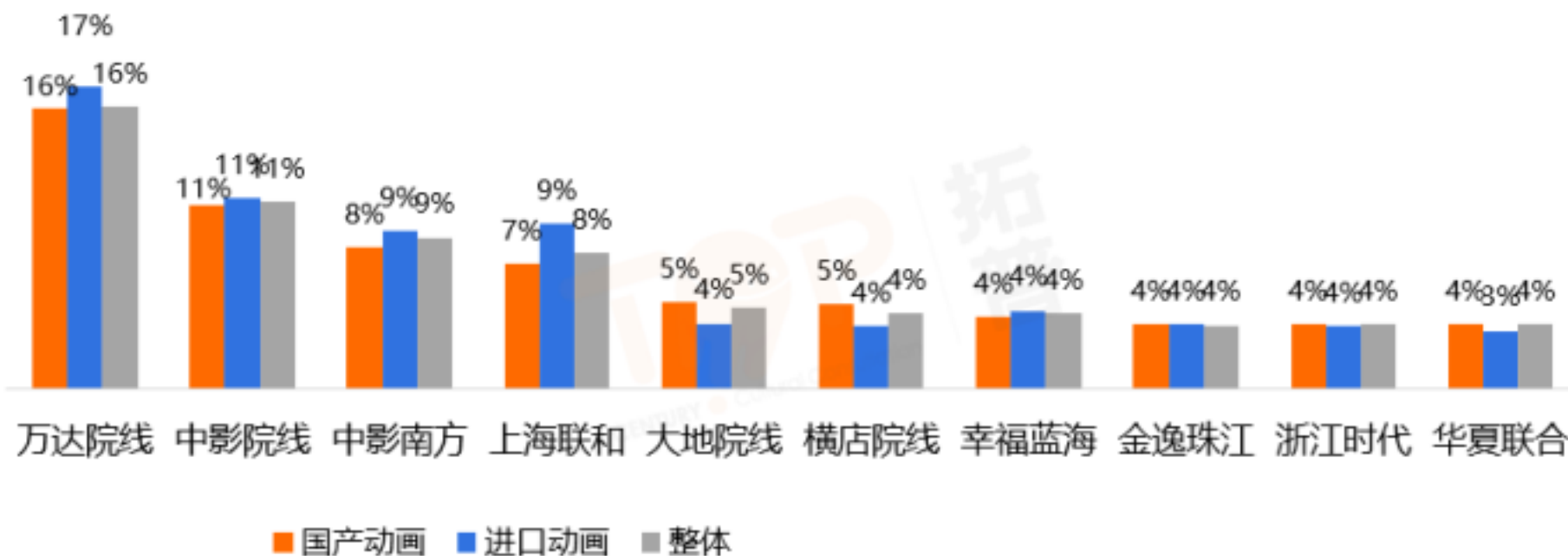
2025年1-8月分省份动画片票房分布TOP10



万达院线、上海联和在进口动画片上表现好，大地院线和横店院线在国产动画上相对票房份额高

- 分院线看，万达院线、上海联和在进口动画片上表现好，票房份额超过9%，而大地院线和横店院线在国产动画上相对票房份额高。

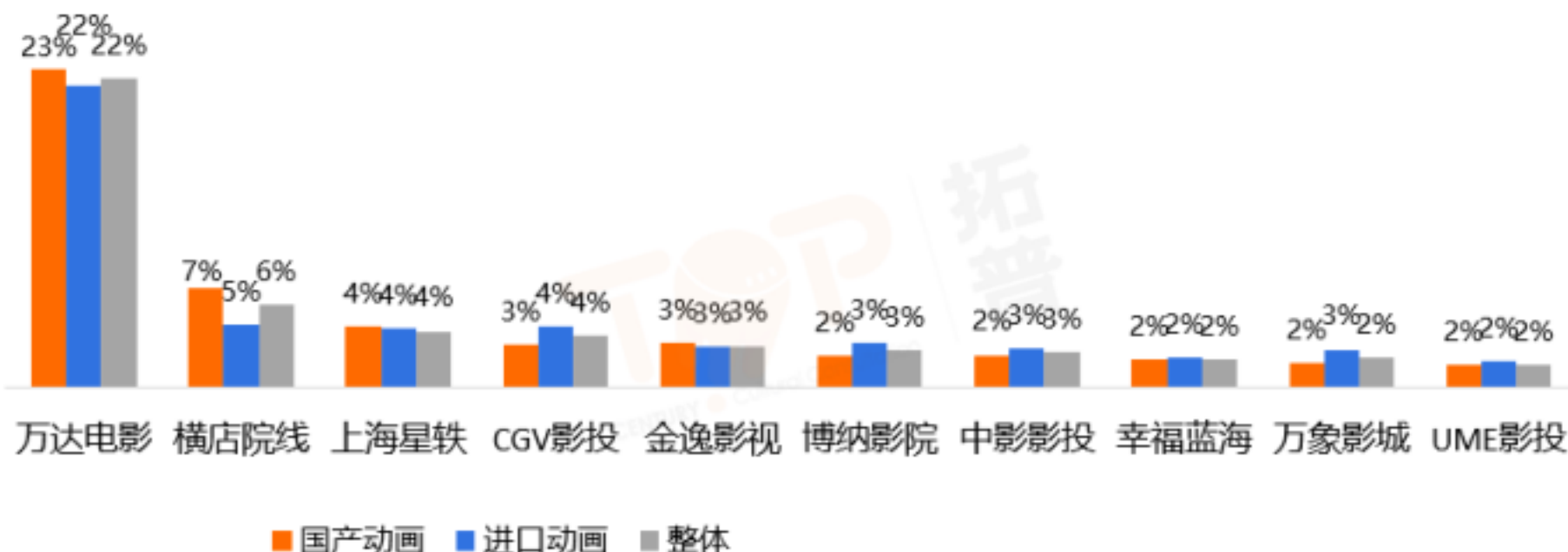
2025年1-8月分院线动画片票房分布TOP10



横店院线在国产动画的票房份额较低

- 分影投看，除横店院线在国产动画的票房份额较低外，其他影投表现与市场整体无差异。

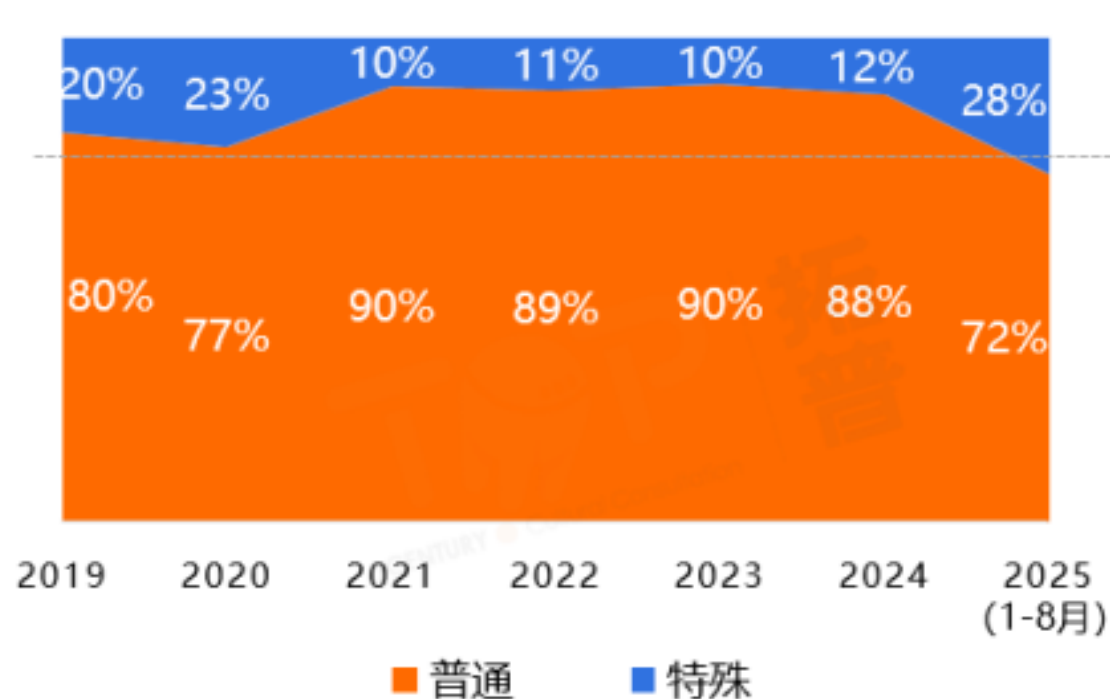
2025年1-8月分影投动画片票房分布TOP10



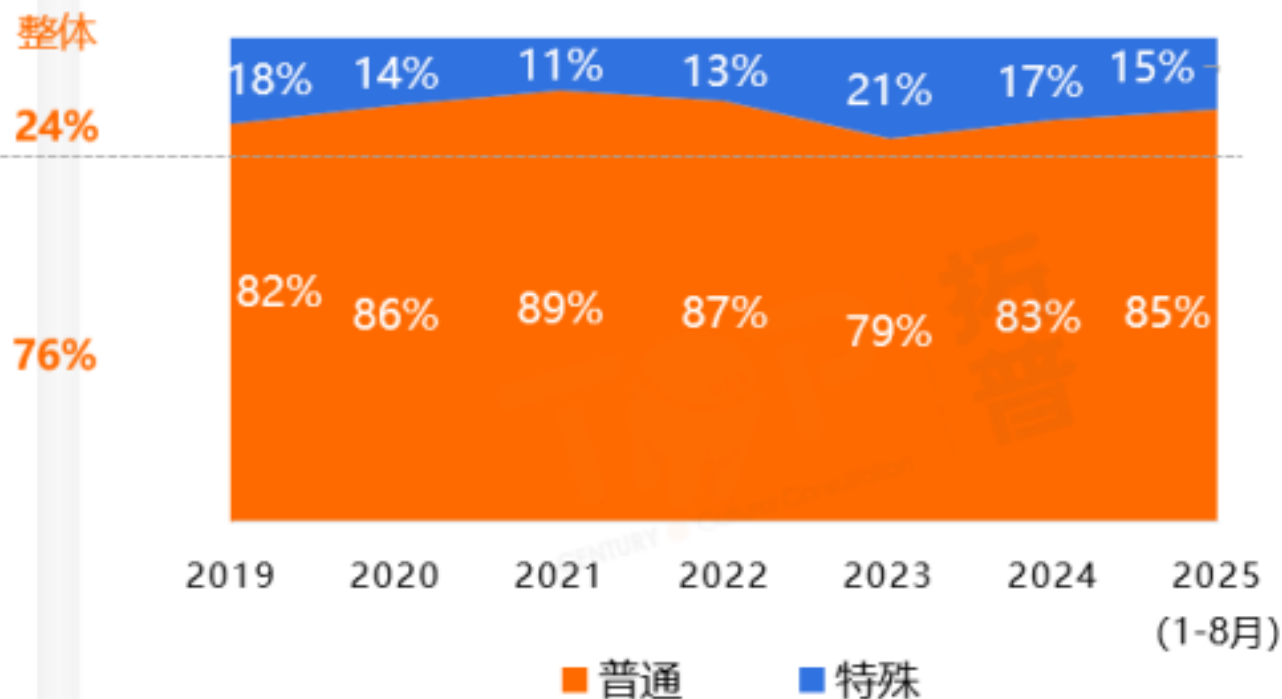
《哪吒之魔童闹海》带动特殊厅票房，份额超过整体市场及进口动画片

- 从特殊厅的表现看，影片《哪吒之魔童闹海》拉动国产动画片特殊厅票房，国产动画片特殊厅份额来到新高点28%，首次超过整体市场特殊厅份额，自疫情后国产动画片萎靡的特殊厅份额再次超过进口动画片。

2019-2025年分厅国产动画票房分布



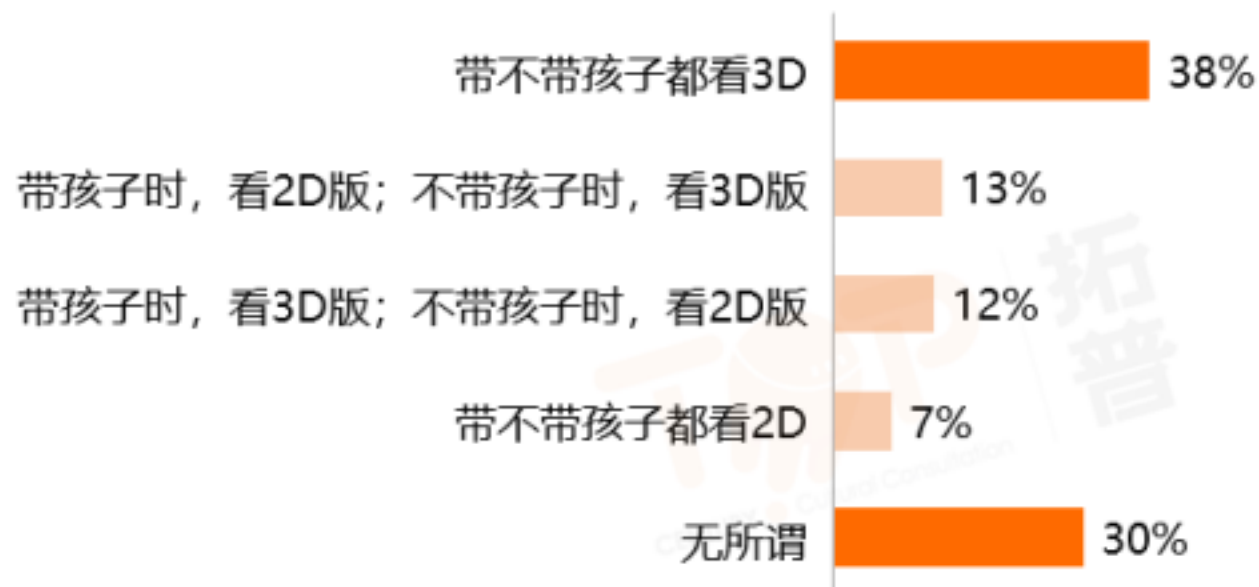
2019-2025年分厅进口动画票房分布



观众相对更倾向选择3D版本动画

- 发行制式方面，近四成观众表示通常“带不带孩子都看3D”，另有三成观众对动画制式无明显偏好。

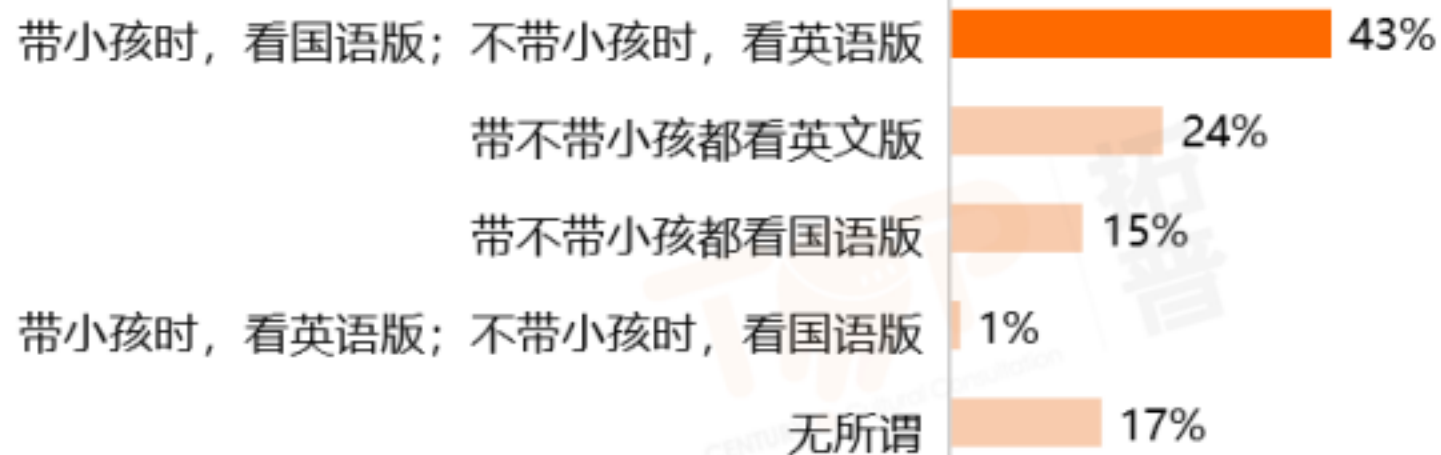
动画制式偏好



观众倾向带孩子看进口动画时选择国语版

- 发行语言版本选择方面，超四成观众自己更适应原版配音但对小孩听不懂原版动画片有顾虑，因此“带小孩时，看国语版；不带小孩时，看英文版”。

语言版本偏好



暑期档动画大盘体量最高，其次是春节档；六一档亲子观影刚需性最强

- 动画电影普遍在暑期档上映，主要因为动画核心受众集中在亲子、年轻学生群体，今年暑期档《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》等动画片表现突出；
- 其次，春节档合家欢属性强，动画票房体量同样较大，虽历年春节档主要被“熊出没”系列垄断，但今年“哪吒2”势如破竹；
- 此外，五一的合家观影氛围相对较浓且调性较匹配，大盘体量仅次于暑期、春节；而六一档亲子观影刚需性强，档期票房主要来自动画片。

2019-2025年各档期动画电影票房

