

REPORT ON OVERSEAS
MARKET AND CULTURAL
COMPETITIVENESS OF CHINESE FILM

中国电影
海外市场
与文化竞争力研究报告
(2012—2024)

张宗伟 主 编

CFP 中国电影出版社
2025 · 北京

©张宗伟，2025

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电影海外市场与文化竞争力研究报告. 2012
—2024 / 张宗伟主编. —北京：中国电影出版社，2025.
12. —ISBN 978-7-106-05827-2

I . J992

中国国家版本馆CIP数据核字第20250UH376号

责任编辑：宋 楠
装帧设计：联创睿合
责任校对：滕 森
责任印制：孙 杉

出版发行 中国电影出版社（北京北三环东路22号） 邮编：100013
电话：64296664（总编室） 64216278（发行部）
64296742（读者服务部） E-mail: cfpbjb@126.com

印 刷 河北赛文印刷有限公司
版 次 2025年12月第1版
印 次 2025年12月北京第1次印刷
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 19.25
字 数 310千字
定 价 78.00元

目录

第一章 中国电影海外市场概况	1
第一节 产业政策导向	2
一、讲好中国故事新篇章, 构建中国电影海外传播新格局	2
二、完善政策支持体系, 赋能中国电影海外传播	4
第二节 海外市场表现	9
一、上映数量及地区	11
二、票房情况	13
三、题材类型	13
四、受众口碑	15
第二章 中国电影海外传播影响力分析	19
第一节 价值引领力	22
一、中国电影海外传播价值引领力榜单 (2012—2024)	22
二、价值引领力分析	23
第二节 产品生产力	32
一、影视行业总况	32
二、电影企业的规模和实力	33
三、电影人才的规模和实力	38
四、电影影像品质	45
结语	54
第三节 产业影响力	54
一、产业影响力总况	55

二、产业影响力维度分析	61
结语	69
第四节 受众认同力	69
一、受众认同力总况	70
二、受众认同力变化趋势	72
三、海外受众反馈	79
结语	81
第三章 中国电影海外传播案例研究	83
一、中国功夫片海外传播研究 (2012—2024)	84
二、《叶问》系列电影海外传播研究 (2012—2024)	98
三、中国现实题材电影创作新趋势及海外传播研究 (2012—2024)	109
四、中国科幻电影海外传播研究 (2012—2024)	122
五、中国喜剧电影海外传播研究 (2012—2024)	135
六、中国动画电影海外传播研究 (2012—2024)	147
七、中国悬疑电影海外传播研究 (2012—2024)	163
八、跨媒介视角下“悟空”形象的国际传播与文化迷因探赜	176
九、跨媒介叙事下中华文化IP出海的三重进路——以国产动画片崛起为例	189
十、中国电影海外传播中的字幕翻译困境与对策研究	203
十一、人工智能驱动下中国电影海外传播：技术赋能与伦理挑战	214
十二、中国喜剧电影海外传播的文化折扣与类型融合 (2012—2024)	225
十三、中国动画电影海外票房预测——以《哪吒2》为例	236
第四章 新时代中国电影海外传播的问题与对策	255
第一节 价值引领力问题与对策 (2012—2024)	256
一、中国电影海外传播价值引领力的问题	256
二、提升中国电影海外传播价值引领力的对策	259

第二节	产品生产力问题与对策(2012—2024)	261
	一、中国电影海外传播价值引领力方面存在的问题	261
	二、提升中国电影海外传播产品生产力的对策	264
第三节	产业影响力问题与对策(2012—2024)	266
	一、中国电影海外传播产业影响力的问题	267
	二、提升中国电影海外传播产业影响力的对策研究	270
第四节	受众认同力问题与对策(2012—2024)	273
	一、中国电影海外传播受众认同现状及问题	273
	二、提升中国电影海外传播受众认同对策	276
	结语	279
附 录		281

第一章



中国电影海外市场概况

自2012年党的十八大首次提出“文化强国”战略以来，中国电影海外传播逐步从一般性文化交流跃升为国家文化软实力建设的核心工程。新时代的中国电影在“讲好中国故事、传播好中国声音”的时代命题下，经历了从政策驱动到文化内生、从规模扩张到质量提升、从单一输出到多元共建的深刻转型。一方面，以《中华人民共和国电影产业促进法》为标志的顶层制度设计，将电影海外传播纳入法治化轨道，通过专项资金、税收优惠、合拍机制等政策工具，为产业国际化提供了系统性支撑；另一方面，“流浪地球”系列、“长津湖”系列、“哪吒”系列等现象级作品，以工业级制作水准和东方价值叙事，打破了“功夫片依赖症”，在全球电影市场实现了从“可见”到“可感”的突破。本章通过梳理新时代以来产业政策演进、海外市场表现、类型题材变迁与受众反馈数据，揭示中国电影如何在文化自信与全球规则的张力中，构建起兼具中国特色与国际表达的传播新格局。数据显示，尽管疫情冲击与地缘政治因素导致海外票房占比长期低于5%，但中国电影通过节展驱动、流媒体布局与区域化深耕，已形成“头部爆款突围+长尾内容渗透”的差异化传播路径。这一历程不仅是中国电影产业现代化的缩影，更是国家文化战略从“借船出海”到“造船远航”的生动注脚。