

《给阿嬷的情书》触动影视圈 与其砸钱拼阵容不如用心做内容

证券时报记者 吴志

既无大导演光环,又无明星加持的小成本潮汕方言影片《给阿嬷的情书》,近期凭借超高口碑“出圈”。截至5月24日17时,其票房已突破10.4亿元。

而由管虎导演,黄渤、倪妮等主演的电影《一个男人和一个女人》,尽管有知名导演、知名演员加持,但票房却明显不及预期。截至5月24日17时,其累计票房仅有365.8万元。

“《给阿嬷的情书》给影视圈带来很大触动。一方面,这部影片给行业打了‘强心剂’,说明好电影不缺观众、不缺票房;另一方面,它也告诉从业者,不能过于依赖‘爆款逻辑’,而是要真正用心去做好电影。”资深影视从业者、伴水科技(浙江)有限公司CEO黄民斌向证券时报记者表示。

近年来国内各级别票房电影数量(单位:部)			
年份	10亿元以上	5亿元以上	1亿元以上
2019年	17	29	89
2021年	11	21	60
2023年	12	31	74
2024年	7	18	74
2025年	9	17	50

数据来源:灯塔专业版 图片来源:AI生成

1 多部新片票房失利

《一个男人和一个女人》于5月16日上映。在首日排片占比9.4%的情况下,票房仅172万元,票房占比约1.1%。但这部影片阵容堪称强大,由导演管虎执导,黄渤、倪妮等主演。放到以前,这是标准的“爆款组合”。

“这部影片如果2年前上映,票房可能1亿左右。1个月前上映票房可能2000万元左右,但没想到现在可能连1000万元都不到。”看完电影《一个男人和一个女人》后,知名影视博主温特感叹道。

同样不及预期的还有由陈思诚导演的《10间敢死队》。该片于今年“五一档”上映,最初预测票房约1.5亿元。上映后因表现不佳预测值一路下调,目前实际票房约7100万元,仅为最初

预测票房一半,扣除相关税费后,分账票房仅约6300万元。

把时间线拉长,这样的案例还有很多。2025年6月,由陈可辛执导,章子怡、王传君、易烊千玺等诸多知名演员出演的电影《酱园弄·悬案》上映,这部备受期待的“大作”,最终仅取得3.75亿元票房。

票房不及预期,最直接的影响是出品方面临大额亏损。黄民斌告诉证券时报记者,知名导演和明星参与的重点作品,成本通常不会低于2亿元,其中演员片酬可能占到一半,其他成本包括导演薪酬、制作及后期宣发成本等。

按照当前的规则,片方通常可获得分账票房的43%。意味着一部2亿元成本的影片,需要

约5亿元分账票房才能回本。以《10间敢死队》6300万元分账票房为例,其成本若高于2700万元或面临亏损。

近两年,已有多家公司因重点作品票房不及预期业绩巨亏。2025年10月,动画电影《三国的星空第一部》于当年国庆档上映,这部由韩寒等参与出品、易中天编剧、檀健次等配音的动画电影,累计分账票房不足8000万元。

作为主投方的A股公司果麦文化因此大额亏损。公司2025年年报提到,因主投主控的电影《三国的星空第一部》上映后票房不佳,导致投入的电影制作成本无法收回,电影业务2025年亏损4360万元。

《酱园弄·悬案》的主投主控方为港股上市公司欢喜传媒。2025年上半年,欢喜传媒净亏损1.02亿港元,公司表示,主要原因是公司上映的电影票房未达预期。

2 “爆款逻辑”为何失灵

过去,知名导演加上知名演员的组合,是影视行业最可靠的票房保障。一位业内人士告诉证券时报记者,以往这种组合再加上合适的档期,即便不能“大卖”,票房也不至于太差。所以许多影视公司依赖通过这种组合,降低项目开发风险。

但现在,这种“爆款逻辑”似乎越来越不灵了。“以前如果有大的IP加上大导演、知名演员,就是很强的阵容。只要不是拍得特别差,票房一般能达到几亿元,甚至十几亿元。而现在这种组合很多票房都很差,失败的概率比以前大了很多。”温特说。

去年9月,中影集团董事长傅若清也公开表

示,以前影片轻松就能有10亿元票房,而现在电影要过10亿元得完全“破圈”才行。

数据也在印证这一趋势。2023年至2025年,国内票房5亿元以上影片数量分别为31部、18部、17部;票房1亿元以上影片数量分别为74部、74部、50部。不管是破5亿还是破亿,都比以前更难了。至于10亿元票房,即便有大导演、大明星加持,也变得越来越难以企及。

出现这种现象的原因是复杂的。在国家电影智库创始人刘正山看来,并不是当下电影的“爆款逻辑”失灵了,而是逻辑变了。

刘正山向证券时报记者表示:“传统电影的‘爆款逻辑’是线性的,即观众信‘谁拍的’。我

认为电影之美是在创作者、观众、技术、文化构成的动态场域中生成的审美共识,阵容只是其中一极,观众口碑、算法反馈、社交传播同样重要。当观众的信任从‘谁拍的’转向内容本身,阵容就不再是票房保障,共识才是。”

温特认为,一些影片虽有知名导演跟演员加持,但票房不佳,根本原因还是出在内容上。“比如《一个男人和一个女人》,不仅是一部积压较久的影片,其讲述的故事也脱离普通人生活,很难引发大家共情,票房自然不佳。”

影城作为放映一线,连接着片方与观众,对市场趋势的变化感受最深。西南地区一家影院经理向证券时报记者表示,许多影片失利,直接原因出在宣发上,“如今许多观众甚至不知道下周上映什么电影,电影院怎么会有顾客,票房自然也起不来”。

3 影视投资逻辑需重新审视

影视投资风险颇高。当“爆款逻辑”不再能保底,作品“出圈”变得愈加不易,影视项目的投资风险无疑会进一步加大。在此背景下,影视公司或需重新审视影视项目的投资逻辑。

温特告诉证券时报记者,最直接的影响是片方投资或更加谨慎,行业整体开机量可能会进一步减少,尤其是大制作、大投资的电影,而中小成本影片未来可能会更多一些。

动辄数亿元的投入和不确定的票房产出,风险的确超出了多数影视公司承受能力。傅若清此前就公开呼吁控制影视项目投资成本,“投资方要有理智的预期回报,而不是按照超出常规的回报去幻想这笔投资。如果以理智的心态去做

电影项目投入,我们就能很好地控制好成本”。

傅若清认为,如果一部影片票房“天花板”是10亿元,加上大档期5000万元到1亿元的宣发费,那么其成本不应该超过2亿元,小一些的影片成本应该在七八千万以内。

黄民斌向证券时报记者表示,知名导演加知名演员的模式,注定了成本不会太低,所以很多看似大制作的影片,实际用于制作层面的资金比例反而可能不高。

根据公开信息,此次爆火的《给阿嬷的情书》成本仅约1400万元。“这次《给阿嬷的情书》演员都是素人,最核心的资金用在了艺术创作层面,做出来的作品就很好。”黄民斌表示,这部电影的成功,对于推动行业摒弃路径依赖,沉下

心来做内容或许会有不小的触动。

在刘正山看来,未来影视公司的项目投资,要从“赌阵容”转向“赌共识生成能力”。比如在剧本阶段就要系统研究目标观众的文化背景、情感痛点、审美习惯,而不是凭导演个人经验“闭门造车”。

“当前观众越来越不迷信大导演、大演员,一些顶流明星在上映初期可能会有比较明显的票房带动作用,但也只能吸引他的粉丝群体。如果作品本身不行,票房一样没有空间。”黄民斌表示,行业要沉下心来做艺术,做内容,而不是依赖堆资金,追求大阵容和大制作。



概念炒作股价异动 多家上市公司提示风险

证券时报记者 张一帆

5月24日晚间,多家上市公司披露股价异动公告,在AI相关概念轮番上涨的背景下,相关公司澄清玻璃基封装基板、燃气轮机、机器人等产业进展。

京东方A股价“大象起舞”,近两个交易日连续涨停,最新总市值1911亿元。京东方A股价异动公告指出,玻璃基封装基板等合作领域尚在技术探讨和验证阶段,还未量产,也未产生量产营收。

南玻A同日提示风险称,公司目前没有玻璃基板业务,不存在相关业务及收入。公司股票价格短期波动较大,存在市场情绪过热、非理性炒作情况。

自2023年9月英特尔展示玻璃基板样品并

发布技术路线图以来,多家A股公司公布玻璃基板进展并制订量产时间表。

除了玻璃基板概念之外,其他异动股的风险提示公告多与AI产业相关。

近期发布的《2026燃气轮机产业发展白皮书》称,全球燃气轮机市场供需失衡格局将延续至2030年,市场看好国产燃气轮机厂商机遇。本月股价飙涨46.67%的科远智慧澄清称,燃气轮机控制系统的国产化是伴随着国内主机厂的国产化以及市场化进程而逐步推进,目前燃气轮机相关业务占公司营业收入比例较小,短期对公司业绩影响有限。

和泰机电近两个交易日连续涨停,公司就“机器人”相关概念澄清称,近年来,公司主要针

对产品生产加工过程进行自动化、智能化改造,并未涉及机器人及相关零部件的生产制造业务,公司产品亦未应用于机器人领域。

被优先选收购的锋龙股份近期再次连续涨停,对于机器人概念,该公司强调,优先选承诺在本次收购完成后36个月内,不存在向上市公司注入其所持有资产的计划。截至目前,公司不涉及人形机器人业务。



智捷元港“拼”多多 义乌商家小散件出海有了大船票

<<上接A1版

这些年,李成飞在目睹义乌小商品火热出海的同时,也见证了当地物流产业迭代升级。

李成飞刚到义乌的2007年,义乌进出口总额为129.2亿元;到了2025年,义乌市进出口总额首次突破8000亿元大关,达到8365亿元。与之相伴的,还有为外贸提供服务的货代公司,爆发式增长至4000多家。

国资平台“先利他,再利己”

“义乌历届政府反复强调,国资企业、国有资本,要有所为,有所不为,不要做‘大鱼吃小鱼’的事情。”智捷元港总经理袁萌接受证券时报记者采访时表示,“智捷元港是基于义乌市场新形势而成立的一家平台型国企,通过‘轻重分离’运营模式,国资搭台子,赋能义乌贸易生态,助力小商品出海”。

据悉,智捷元港由义乌国资控股的小商品城,联合中远海运集团、普洛斯集团和陆海基金等股东合资成立,旨在通过构建“两仓一线”(国内仓+海外仓+国际物流专线)的端到端服务体系,打造更适应跨境贸易“单小货杂”新趋势的物流服务模式,为中小微企业主体解决“订舱难、订舱贵”等痛点堵点。上述“轻重分离”运营模式,是指国有资本通过投资重型资产,如仓储园区、集装箱、航运航线等,再通过智捷元港市场化公司发挥运营活力,实现对义乌中小微企业生态服务升级。

中小微企业出海遭遇的窘境,源自义乌市场小而散的生态。2025年,义乌经营主体总量已突破120万户,出口集装箱整体呈现出“又大又小”“又低又高”的特征。大,指义乌市场整体集装箱出口量大(2025年约220万TEU),位居全国前列;小,指平摊到每个商户的规模很小;低,是指集装箱的货值低;高,指订舱成本高。

“物流的本质是规模化生意,没有规模就没有议价能力和服务保障。”袁萌称,针对义乌市场生态特点,智捷元港公司成立后,首先是制定标准,将小而散的货物聚拢起来,做整合服务,从而提升义乌小商品在出海航运过程中的话语权,让单个商家物流成本显著降低。商家手机上就能实时查看货物动态,从下单、报关到海外配送,全程透明可追溯,彻底告别了“盲盒式物流”。

数据显示,2023年,智捷元港市场占有率达3%,成为义乌出货量最大物流平台;2024年市占率提升至6%,出货量近10万TEU,同比翻倍增长;2025年市占率增至8%,出货量达到17.4万TEU。

“中小企业主心里都有一个账本,它们愿意合作,不是因为智捷元港的背后是国资支持,而是因为平台能给他们降本增效。”袁萌说,平台公司要发展壮大,必须遵循“先利他,再利己”原则,帮助客户降低成本,从而实现多赢。

资金、资源、资产 合力打造出海新生态

对于义乌众多中小商家来说,货物发

出只是“上半场”,更大的挑战来自到港之后的尾程。

在义乌,跨境电商行业蓬勃发展,经营主体已超30万户,成为外贸增长的新引擎。但是,尾程的服务,是中小微卖家“看得见却够不着”的短板,常见问题包括仓储费用高、派送渠道不稳、退换货处理谁来接手、海外库存如何动态管理等,而这一系列问题,源于海外的资源掌控力薄弱。

以美国为例,作为义乌小商品出口的重要出口地,义乌4000多家货代公司中,参与美线服务的货代公司,就达到了1000多家,但是在美国拥有海外仓的仅2家。究其原因,是海外仓的投入大,运营成本很高。

“如果服务不延伸到海外仓配环节,在海外端,中小商户支付的成本,远高于国内的成本。”袁萌表示,为了解决这一核心痛点,智捷元港正在面向全球跨境电商核心市场,通过参股、控股的方式,加速在海外构建自营及深度合作仓储网络。截至目前,智捷元港可提供服务的海外仓面积超过43万平方米,覆盖39个国家,包括欧美等主要贸易区域。

日前,义乌一家主营家具、健身器材的B2C卖家借助智捷元港的美西仓,只用2天就将一批健身器材发到美西客户手中。相比之前用FBA(亚马逊物流服务)仓,发货更快、费用更省,单件配送成本至少节省15%。

智捷元港能有今天的局面,不是一个企业在单打独斗。在加速构建海外服务能力的路上,博同出海基金扮演着重要角色。

博同出海基金是成立于义乌,专注于跨境物流的产业基金,资金规模10亿元。参与基金的出资方包含国家服贸基金、招商局资本和山东省港口集团共同管理的陆海基金、浙江省财开、金华城投、小商品城等。

“国际化是综合物流和供应链平台的发展趋势,但不是简单的服务出海,这需要资金、资源和重资产的有机结合出海,未来是整个生态的出海。在目的国的本土履约、高效的分销网络、品牌售后服务等延伸链条,都需要生态的布局 and 支撑。博同出海基金通过对海外产业链标的投资,可以获得生态出海应有的生产资源和要素,建立核心壁垒。”博同出海基金联合创始人柏雪对记者表示,平台建设的2.0时代,需要数字化、智能化、国际化。

袁萌说,义乌是县域经济因地制宜创造自身比较优势的代表,它不是一个孤岛,是各级产业链共生共赢的典范。在智捷元港这个平台上,正是有了国有产业资本的加持,和各级市场化生态主体广泛参与,从而实现了义乌跨境物流全球网络的快速搭建,中小商家的“小舢板”蜕变为“联合舰队”,助力小商品贸易扬帆出海。



智捷元港义东北物流基地。 公司/供图



“一位难求”的智捷元港,集装箱正在装载货物。 公司/供图