



编者按 走过不断变革的2024年，我们来到了2025

年，广播电视和电影行业必将在今年迎来更多变化。重点改革的内容将在2025年得到持续深化，一批备受观众期待的优质内容也将陆续和观众见面。《广电周刊》特别邀请相关领域专家，共同展望2025年广播电视和电影行业新趋势、新变化、新亮点。

为人民奉献更多美好

□祝燕南

广播电视和网络视听是人们日常精神文化生活的重要陪伴，是紧贴老百姓身边的“大事小情”之一。做好广播电视和网络视听优质服务，对党和国家来说是社会建设和治理的一件大事，是广电视听全系统全行业扛在肩头的根本职责。刚刚落幕的全国广播电视工作会议再次强调坚守“传播好党的声音、服务好人民群众”的初心使命，“改革、创新、突破”成为关键词。展望2025年，人民群众将更加真切地感受到广播电视和网络视听提供的优质服务。

看电视越来越简捷顺手

许多人或许并未全面知晓广电系统从2023年下半年开始的“双治理”工作，即电视“套娃”收费和操作复杂治理工作，但几乎全中国的家庭都在2024年感受到电视机操作变得方便快捷了，现在只要打开电视机就能够看到电视直播画面。2025

年“双治理”工作将继续得到巩固深化拓展，更多的中国家庭将享受到一个遥控器和电视机机顶盒一体化带来的操作便利，更加智能化的电视机将成为迭代升级的首选，即使不以旧换新也将进一步感受到观看体验的改善和提升。

宾馆的电视和家里一样

2024年，前三季度国内出游人数已经接近43亿人次，目前正迎来冬季出游高峰。人在旅途，经过机场、高铁站，特别是入住宾馆酒店，拥有高质量的看电视服务，既是文旅享受的刚需，更是一项必保的文化权益。2024年，酒店等场所电视操作复杂治理成效显著，有18.3

万家酒店1100万间客房实现了“便捷看电视”，255个机场、203个高铁站开始提供电视直播频道服务。2025年，将有更多的酒店电视完成整改，电视机以旧换新。同时，医院、培训中心等公共场所也将开始电视系统改造。无论走到哪里，直播电视频道服务都将伴随旅途。

通过手机听广播看电视

进入智能时代，手机成为不可缺少的信息传播和交流工具。源于一种叫作5G NR广播的技术，中国广播电视将实现所有的5G手机终端连接覆盖，这是一项重大的技术突破，可以

将目前传统的广播电视频率频道信号直接

送入智能手机终端，让用户无论在静止还是运动场景下，都能够接收到广播电视信号，并享受流畅、清晰的视音频服务，传统广播电视也将由此获得新生。走过前两年5G NR广播预商用筹备建设阶段，2025年，5G NR广播建设将进一步加强系统谋划布局，5G NR正式商用时代到来，人们可以享受到随时随地免流量听广播看电视的红利。

荧屏画面越来越清晰

许多上了年纪的人还记得，30年前的中国电视机信号不稳定，电视荧屏“雪花飘飘”；手握天线不敢撒手，直到有线电视、卫星电视技术问世和普及，电视进入标清、高清时代直到如今。当下和未来，超高清成为世界电视进步的大势所趋，超高清电视画面无论颜色还是清晰度，都将比现在看到的标清和高清电视成倍提升。色彩鲜艳、画面清晰、场景逼真，永远是人类对电视技术进步的追求。2024年，在国家广播电视总局和相关部

委、地方党委政府有力指导下，中央广播电视总台以及9省市电视播出机构大力推动超高清卫视频道建设，北京、上海、广东实施了超高清先锋行动计划。2025年，将在内容生产、节目播出、网络传输、终端呈现、产业支撑等各环节全面发力，实现超高清电视端到端全链条整体改造升级，让更多的大屏小屏用户获得真正的超高清体验。

视听精品涌现大屏小屏

中宣部副部长，国家广播电视总局党组书记、局长曹淑敏指出，无论传播媒介格局怎么变、观众接受方式怎么变，“内容为王”这一条定律不会变。全国广播电视工作会议对2025年重点工作部署中，将“实施广播电视和网络视听精品创作工程”放在了第一位，号召全系统全行业贯彻落实“完善总体规划、政策措施、体制机制，加强扶持引导，

推动形成更多精品、更广传播、更优环境”的要求，深化体制机制改革，深耕内容建设，推出更多精品，不断优化广播电视听文化服务和文化产品供给机制，让更多更好的新闻节目、理论节目、电视剧、网络剧、纪录片、动画片、文艺节目、微短剧等各类题材视听精品力作进入大屏小屏，更好满足人民群众日益增长的精神文化需求。

“重温经典”频道带来更多经典

同广电系统“双治理”一样在老百姓生活中引起轰动效应的是“重温经典”频道在全国开播。在国家广播电视总局部署指导下，定位公益性的“重温经典”频道于2024年2月1日正式开播，迅速成为观众收视的热门频道。“重温经典”频道免费向观众提供应看爱看、脍炙人口的经典内容，涵盖经典电视剧、动画片、纪录片等节目类型。截至2024年底，该频道已经拥有6348万用

户、超2.4亿观众，特别是重点覆盖了全国2万多家养老机构，惠及银发群体。展望2025年，将有更多优秀电视节目进入“重温经典”频道，从而实现存量优质内容再传播，并进一步扩大社会覆盖面，让全国观众欣赏到更多更好的免费电视内容，确保人民群众基本文化权益，丰富人民群众精神文化生活。

广告诚实守信靠谱

自从1979年1月28日上海电视台播出新中国第一条商业广告后，广播电视广告像打开了“潘多拉魔盒”，迅速成长为广播电视的支柱产业，同时也对经济社会、各行各业发展产生了巨大影响。随着近年来广电广告额度的下滑，问题广告、“二类广告”、广告播出制度执行不规范等问题，国家广播电视总局为此持续开展广播电视广告专项整治。2024年是专项整治工作见

效最明显的一年，大多数广播电视播出机构进行了彻底整改，广播电视人特别是播出机构负责人也真正认识到了不良广告对人民群众、对广电自身发展造成的双重伤害。2025年，国家广播电视总局将进一步加大整治力度，加强和改进广告播出管理，突出医药广告治理，强化依法治理，修订《广播电视广告播出管理办法》，诚实守信有担当，还广播电视广告传播收视的晴朗空间。

频道频率呈现精简精办

从1983年以来，广播电视频道频率呈现大规模物理性扩张态势，对推动我国广播电视事业、产业发展发挥了历史性作用。但进入互联网新媒体传播时代，广播电视播出机构臃肿、频道频率众多、节目质量下降等弊端显露无遗，加快推动广播电视媒体系统性变革成为全系统共识，其中，实施频道频率精简精办的重大改革举措应运而生。这

项改革举措成为实施系统性变革的一个重要切入点，开启了广播电视深入推进媒体融合、构建全媒体传播体系的全局性战略部署。2025年，国家广播电视总局将实施广播电视频道频率高质量发展示范工程，通过以点带面示范引领，推动精简精办取得更加显著的进展，让全国各地受众切实感受到越来越精致的广播电视节目。

进入2025年，展望全年工作，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大和二十届二中、三中全会精神，深入学习贯彻习近平文化思想、习近平总书记关于广播电视和网络视听工作的重要指示批示精神，坚决贯彻落实党中央决策部署，广播电视全行业必将始终坚持以人民为中心，锚定“巩固提升传统广播电视、开拓创新繁荣网络视听、整合聚合形成发展合力”三大工作方向，坚持系统谋划与重点突破相结合，守正创新、攻坚克难，勇于担当、主动作为，推动广播电视媒体系统性变革、广播电视和网络视听高质量发展迈上新台阶，为发展新时代中国特色社会主义文化、建设文化强国贡献广电力量。

(作者系国家广播电视总局发展研究中心党委书记、主任)



创作年轻态 产业青春期

□尹鸿

2024年，中国电影经历了希望与忧虑交织的一年。这一年出现了《志愿军：存亡之战》《第二十条》《热辣滚烫》《飞驰人生2》《抓娃娃》《雄出没·逆转时空》等重量级电影，也出现了《默杀》《年会不能停》《雄狮少年2》《解密》《逆行人生》等在类型上寻求突破的电影，还出现了《好东西》《我们一起摇太阳》《出走的决心》《走走停停》《只此青绿》《里斯本丸沉没》等具有独特视角和艺术风格的故事片和纪录片，我国香港地区、台湾地区的《周处除三害》《九龙城寨之围城》《破·地·狱》等也让内地观众眼前为之一亮，全年票房过亿的国产电影达到55部……电影的整体品质有所提升。但从产业角度来看，电影产业的发展动力没有达到预期的复苏强度，种种内外因素导致全年电影票房下滑28%，观影人次减少3亿，以至于年底盘点时，一些自媒体公众号出现了“冰谷”“冰河世纪”这种言过其实的电影“衰落”之论。

“必看性”才是关键

事实上，在全球电影产业和电影市场下滑的大背景下，中国电影占据全球电影市场五分之一以上，可以说仍然是世界上最活跃的电影产业。而且从2024年的春节档、清明档等档期来看，只要有足够优质的电影，电影观众并没有离场，甚至可能创造出历史最好的票房成绩。特别是2024年度一些中小成本优质电影得到观众认可，更加证明虽然影院消费受到长短视频、微短剧等替代性媒介的影响，受到观众消费能力和消费意愿的影响，但是如果内容足够好、影片品质足够有说服力，观众还是愿意买单，愿意付出时间、交通、票价成本进入影院。最关键的问题在于，我们的电影是否有足够的性价比，以“不可替代”的内容和影院共情的优势，让观众从微短剧、游戏、短视频以及随处可见的其他媒介消费内容中摆脱出来，产生观影兴趣和观影行为，并最终感受到“无与伦比”的影院体验。

所以，对于正处在危机和挑战中的中国电影乃至全球电影来说，2025年必将成为“决战”的一年。产业的暂时困难必然带来降本和减量，但与此同时，电影更需要借助人工智能等技术赋能和更加工业化的管理能力实现增效、提质。影院消费是否能够止跌回升、观众是否会重新燃起对电影的热情，最重要的就是电影的品质。电影仅仅具有“可看性”是不够的，还需要有影院的“必看性”。题材的独特性、人物的鲜明度、主题的社会性、表演的生动性、叙事的完整性、信息的密集度、视听的沉浸感、节奏的控制力、商业元素的合理配置、市场营销的精准到达，这十个方面都对电影创作和生产提出了更高的要求。向时代要主题、向现实要发现、向社会要情感、向生活要细节、向观众要市场、向创新要突破，可以说是电影能不能赢得观众“芳心”的关键。

寒冬里已露暖意

新年伊始，我们已经看到中国电影市场在寒冬里露出了暖意。元旦档上映的《小小的我》《误杀3》引发了电影市场的新热度。而春节档的《蛟龙行动》《唐探1900》《哪吒之魔童闹海》《封神第二部：战火西岐》《熊出没·重启未来》《射雕英雄传：侠之大者》等头部电影，已经唤起了观众的观影期待。我们可以预期，2025年应该会有一个人人喜闻乐见的良好开头。而经过两年的生产调整，一批类型独特、题材新颖、演员配置强大的影片也将在全年陆续上映。管虎的《东极岛》、冯小刚的《抓特务》、姜文的《英雄出少年》、路阳的《刺杀小说家2》、陈可辛的《酱园弄》、饶晓志的《无名之辈2》、大鹏的《长安的荔枝》、毕赣的《狂野时代》……这些已经完成或正在制作中的影片都将陆续登场。特别是近些年屡创奇迹的一些“80后”“90后”“00后”新生代电影人的新作，都可能成为一匹匹“黑马”，为观众带来一场场盛宴，同时也为市场带来一波波热浪。

在中国电影产业渐渐恢复的同时，许多影评人也开始预言，全球电影进入了一个新的周期，甚至有人说2025年将是改变世界电影游戏规则的一年。詹姆斯·古恩的《超人》、汤姆·克鲁斯的最后一部《碟中谍》、詹姆斯·卡梅隆的《阿凡达：火与灰》、奉俊昊的《米奇17》、埃德加·赖特的《跑男》以及漫威的一系列升级影片，预期都将掀起全球电影市场的热度。这些影片也很可能使2024年开始回温的中国引进片市场重回上升轨道，共同支撑起中国电影市场大盘。

当然，2025年，我们有许多艰辛需要度过，也有许多努力需要付出，倒不必过于担心短视频、微短剧的红极一时。从媒介发展历史来看，潮起必然会潮落，关键在于我们是否能够在潮流涨潮中保持定力、坚持创新、不失本位、弯道逆袭。让影片更加精益求精，不可替代，让市场更加规范、精耕细作，让电影生态更加宽松、健康、有序，让影院体验更加舒适和有沉浸感，让电影观众更有满足感和获得感，特别是培育更多阳光向上的青年电影人、开发更多青春活泼的题材和类型，让电影和电影观众不要进入“老化通道”，而是继续呈现年轻态、保持青春期，“天堂影院”就依然是正在进行时和将来进行时。

(作者系清华大学教授、中国电影家协会副主席、中国文艺评论家协会副主席)