

2013年夏

2025年1月31日

2025年2月5日

2025年2月6日8时

成都创业路16号,“饺克力”动画工作室成立

《哪吒2》票房一路领先,突破15亿元

《哪吒2》票房突破52亿元,观影人数突破1亿

《哪吒2》票房突破56亿元,票房排名影史第3名

2013年夏日,成都创业路16号,成都数字新媒体创新孵化基地多了一支入孵团队——“饺克力”动画工作室;2025年春节,“成都造”《哪吒之魔童闹海》登顶中国影史票房榜新的票房冠军……

12年间,从“饺克力”到“可可豆”,这支寂寂无闻的创业团队在创新创造之都,以科技赋能文化产业发展,成就了现象级“哪吒”动漫IP。

12年前

哪吒从这里“下海”

成都

梦开始的地方

从“饺克力”到“可可豆”

数媒基地“毕业”的“国漫之光”

2013年,成都数字新媒体创新孵化基地里,有一支初来乍到的创业团队,老板加员工寥寥数人。这支寂寂无闻的创业团队,名叫“饺克力”动画工作室。

记者了解到,成都数字新媒体创新孵化基地是由科技部批准的国家级创新孵化平台之一,这里也是《哪吒》主创团队逐梦启程的地方。

“缘于一次企业交流的机会,早在2010年就结识了导演饺子和制片人刘文章,当时就觉得他们对动画作品非常的投入和执着。”提起当时“饺克力”动画工作室入孵基地时的场景,成都数字新媒体创新孵化基地负责人金泓宇至今记忆犹新,“数媒基地创立之时,是通过创新资源、共享平台整合,集聚一批动画、动漫、电影等在内的科技文化项目,挖掘初创团队,通过科技服务为他们赋能,‘饺克力’动画工作室也是其中之一。”

“相当于创业项目的‘星探’,发掘他们,孵化他们,‘造星’成长加速。”入孵后的“饺克力”,能获得怎样的成长加持?从政策咨询、房租减免、培训交流再到业务对接、项目申报,基地提供了全方位的孵化服务。“在基地牵线搭桥下,‘饺克力’动画工作室顺利承接了包括武侯祠大庙会等一系列数字化产品。”金泓宇还透露了一个小“彩蛋”,成都创业者熟知的“科创通”的小诸葛形象以及宣传动画,正是出自饺子之手。

团队扎实的技术与创意功底,加上数媒基地的持续创业扶持,“饺克力”动画工作室入孵之后,在短时间里,实现了稳定快速发展。入孵3年后,“饺克力”获得了光线传媒彩条屋的投资,顺利从基地“毕业”,彼时已发展成为有几十人规模的稳定成长型团队,当初的工作室变成了现在的可可豆动画公司,成长为具备创作“电影级”动画的大型动画企业。

构建科技+文化的产业生态

孕育现象级“哪吒”IP

成都,这座创新创造之城,创新指数排名全球第23位,孕育出现象级的“哪吒”IP。而它的成功,正是成都科技创新赋能数字文创产业的真实写照。

影片的第一出品方可可豆动画,从故事构思到动画制作,都扎根于成都。而影片中的特效、配音、美术制作等多个环节,也有成都本土公司深度参与。其中,包括曾参与《流浪地球》系列视效制作的墨境天合,以及成都画心科技、成都千鸟文化、成都炬煌文化等优秀团队,它们在国内影视特效、美术制作等领域均具有较高的知名度。

从《哪吒1》到《哪吒2》,如今的可可豆动画已入驻成都的特色园区——天府长岛数字文创园。而在这里更是汇聚了众多参与《哪吒2》制作的企业,形成了良好的产业生态。“这里已入驻腾讯新闻文创总部、完美天智游、原力动画、可可豆动画等60余家企业。”天府长岛数字文创园相关负责人介绍道。

参与影片特效制作的墨境天合视效总监邢明礼也表示:“我们的公司距离可可豆动画只有100米,这种近距离的面对面沟通,提高了创作效率,也提升了团队协作的质量。”这种高效协同的产业生态,为成都数字文创产业的持续发展提供了强大支撑。

《哪吒之魔童闹海》登顶票房榜首的背后,离不开成都完善的数字文创产业生态。作为中西部数字文创产业高地,数据显示,目前成都已聚集腾讯、抖音、西山居、咪咕音乐等数字文创相关企业6000余家,形成涵盖内容创作、内容分发、衍生服务等环节较为完善的产业链,形成千亿级规模产业集群。正是得益于科技与文化融合,优质IP也不断在成都涌现,诞生了《王者荣耀》《哪吒之魔童降世》等现象级作品。

成都日报锦观新闻记者 黄雪松

从全国冠军到全球影史前30

《哪吒2》的路还有多远?

2月6日,中国动画电影《哪吒2》以超60亿元人民币(约8.3亿美元)登顶中国影史票冠。

这一成绩不仅印证了中国观众对本土神话IP的深厚情感,也让行业重新审视中国动画冲击全球票房榜单的可能性。

根据知名全球票房统计网站最新数据,截至2025年2月6日,全球影史票房前30名的门槛已升至约11.52亿美元,榜首仍由《阿凡达》(29.23亿美元)占据,而前30名中仅有《冰雪奇缘2》《狮子王》等少数动画电影入围。

《哪吒1》作为中国动画的里程碑,其全球票房约7.26亿美元,虽与榜单前列差距明显,却已创造了国产动画的海外发行纪录。在北美,影片通过Well Go USA公司小规模上映,最终收获370万美元票房,烂番茄新鲜度86%,IMDB评分7.4;影片在马来西亚、新加坡均突破百万美元,成为当地年度华语片票房冠军……

从1942年在日本首映的中国第一部动画长片《铁扇公主》,到2015年《大圣归来》让国产动画走出低幼化,再到《哪吒之魔童降世》《深海》《长安三万里》,中国动画出海的路程已经走过80余年。如今,站在新的起点上,“哪吒”不仅是单部电影的成败,更承载着中国动画从“本土崛起”到“全球共鸣”的使命。这条路或许漫长,但每一步前行,都在书写新的可能。

成都日报锦观新闻记者 王茹懿

中国影史票房冠军

哪吒之魔童闹海

哪吒

之魔童闹海

NE ZHA

中国影史票房冠军

登顶中国影史票房榜首

成都“魔童”走向世界

紧接 01 版

被赋予了一种斗争精神。《哪吒2》以传统神话故事为蓝本,在哪吒身上淋漓尽致地展现了中国人勇敢、无畏的精神力量。

一路走来,哪吒每一次“重生”,都是在时代变迁中讲述“中国故事”。

“这部影片之所以能取得超高票房成绩,主要是因为口碑爆棚。不论故事人物、特效场面,还是主题立意和戏剧元素,都达到乃至超过观众预期。”中国文艺评论家协会新媒体委员会秘书长胡建礼说。

精彩的故事和鲜活的人物,引发观众的情感共鸣。

在中国传媒大学动画与数字艺术学院教授范敏看来,《哪吒2》在延续前作“我命由我不由天”内核的同时,又有自我认同、价值实现、亲情友情等多元化的主题表达。“不论是大主题还是小主题的探讨,都紧扣当下社会热点。”

片中角色塑造同样丰富立体。例如,申公豹因亲人申小豹到访,内心温情的一面被唤醒;误以为龙族屠杀陈塘关的哪吒虽然满腔愤怒,也要先拯救旧友敖丙;各类小妖的形象也都生动鲜活。这使得片中人物故事得以与观众形成情感共振。

精心打磨的视觉特效,则给观众带来震撼的视听体验。

据悉,《哪吒2》中角色数量是第一部的3倍,且新老角色均进行全面“翻新”:建模更精致,皮肤质感更真实。此外,影片特效镜头近2000个,主创团队达4000余人。片中有一场陈塘关大战的打戏,时长约1分钟,分镜画了半年之久。

影旅融合

爆款给产业带来更多可能性

当《哪吒2》登顶中国影史票冠,开始进入全球视野,“魔童”的故乡成都,也成为中国动画新神话的诞生地。

随着哪吒的人气而来的,还有相继来到哪吒“出生地”——成都高新区特色园区天府长岛数字文创园打卡的影迷。

除了“哪吒”引发的打卡热,成都文旅集团策划出品的电视剧《白色橄榄树》,也凭借精良的制作和四川独特的人文风景,2月1日开播即创下爱奇艺近一年来播出剧集热度亚军的好收视,主要取景地乐山沙湾红房子影视基地也成为新晋网红打卡地,游客量持续攀升。

“影旅融合”促消费迎来“开门红”,爆款电影、电视剧也给文旅产业发展带来更多可能性。

据了解,结合国务院办公厅印发的《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》中对精品影视作品的扶持,四川省将从文旅出发,突出影旅融合,今年积极在全川推出一座具有代表性的文旅影视城,今后观众不仅在线上能看到好的作品,线下也能打卡剧中同款风景,推动影视“流量”转化为城市旅游的“增量”。

成都日报锦观新闻记者 王茹懿 综合新华社、环球网

这个春节

近400万市民游客走进公园绿道

本报讯(成都日报锦观新闻记者 李菲菲 受访单位供图)

春节期间,景色宜人的各大城市公园成了市民休闲娱乐的好去处。记者6日获悉,节日期间,近400万市民游客走进公园绿道,感受春回大地的新年喜乐氛围。

今年春节,各大公园绿道为大家准备了多场精彩纷呈的活动,从“半边集市”到“非遗表演”再到“游园赏花”,可谓应有尽有……人民公园举办内容丰富、形式多样的非遗表演共计接待游客超29万人次;锦江公园共吸引游客超58万人次;成都动物园、植物园举办各类妙趣横生的科普文化主题活动,其中成都动物园共接待游客32.23万人次。

此外,成都世博园在新春佳节也同样热闹。新年第一天,成都世博园迎来4万余人前来体验新春,随后每天上万人来这里体验传统非遗与现代戏剧的碰撞。园区内,多场精彩纷呈的游园活动,渲染出浓厚的新春氛围。

这个春节

超20.6万人次打卡冰雪游

本报讯(成都日报锦观新闻记者 余力 受访单位供图)

春节期间,成都的冰雪景区客流量迎来高峰,各大景区为游客推出了别开生面的冰雪民俗文化大餐。游客在成都不仅感受到了冰雪乐趣,还感受到了浓浓的年味。

据成都市文化广电旅游局公布的数据,春节期间,大邑县西岭雪山、邛崃市天台山等冰雪游热门景区开展冰雪茶花季、冰雪温泉嘉年华等主题活动,滑雪、泡温泉、赏雪景、观冰瀑等冰雪游度假场景吸引游客超20.6万人次。

正月初一至初六,从“全家福”打卡,到领取福币、许心愿,西岭雪山为游客准备了精彩的新春互动活动。成都热雪奇迹从正月初一到初五推出了特色冰雪中国年系列活动。

西岭雪山景区工作人员告诉记者,除游客量增多外,体验的项目也更加多元。“今年景区在滑雪场内新增熊猫地形公园,供专业人士进行滑雪训练;滑雪场外设置熊猫雪世界,打造亲子游乐空间,为游客提供更好的冰雪体验。”

游客在成都体验冰雪乐趣。