

“跟着吒儿去旅游”、相关衍生品“一吒难求”……

文旅市场踩上哪吒“风火轮”

《哪吒之魔童闹海》(《哪吒2》)成为我国影史首部百亿元票房影片,从“跟着吒儿去旅游”出圈,到相关衍生品卖断货“一吒难求”,《哪吒2》的流量持续“溢出”,从“单一票房驱动”到“多元价值挖掘”,电影IP让文旅市场也踩上了“风火轮”,掀起阵阵热潮。

《哪吒2》爆火 为地方文旅注入“泼天流量”

“哪吒”在银幕上爆火的同时,也带火了国内多地和哪吒有关的旅游景区。“跟着吒儿去旅游”成为热门出游方式。

高达5米的哪吒、憨态可掬的太乙真人、清秀俊逸的龙王太子敖丙……作为“哪吒”的诞生地,在成都高新区交子大道,《哪吒2》动画电影中的人物雕塑吸引了众多市民游客驻足打卡。

在上海电影博物馆的上海美术电影制片厂展区,连日来游客成倍增长。“《哪吒2》里有上海美术电影制片厂《哪吒闹海》的影子,我们看完电影后很激动,带着孩子来寻找更多哪吒的形象。”上海市民王女士说,展区内还有老电影《大闹天宫》中三头六臂的哪吒形象原画稿及场景渲染图等,非常适合游客进一步了解影片背后的故事。

近期,四川宜宾市翠屏山景区“哪吒行宫”景点游人如织。景点工作人员告诉记者,自电影《哪吒2》火爆出圈后,景区客流量显著增长,尤其是“哪吒行宫”的关注度持续上升。“通常情况下,春节假期后景区客流量会有所下降,但今年从正月初四至今,客流量并未减少,反而持续攀升。”该工作人员说。

据了解,“哪吒行宫”单日游客最高峰值约8000人次,日均游客为4000人次。截至目前,“哪吒行宫”已累计接待游客较往年同期增长了近300%。

与此同时,江西上饶太甲真人殿文创销售额破千万元,河南西峡陈塘关遗



这是近日在位于湘潭综合保税区的湖南桑尼森迪玩具制造有限公司拍摄的“哪吒”系列周边玩具。 新华社记者 陈思汗 摄

址公园春节游客量增长300%,天津河西區推出哪吒主题游戏线路……借助《哪吒2》的热度,新颖的文旅消费场景与模式层出不穷,“影视IP+旅游”联动,激发出文旅产业的蓬勃活力。

从“单一票房驱动”到“多元价值挖掘”

记者了解到,目前,哪吒IP通过多元授权与跨界合作,形成“内容+消费”的产业链生态,推动文化价值向经济价值转化。

——衍生品市场迎来“抢购潮”:记者梳理发现,《哪吒2》联名手办迎来“抢购潮”,相关盲盒系列上线即售罄,二手平台甚至价格翻倍。阿里鱼众筹平台“造点新货”上,敖光手办众筹金额超1500万元,覆盖潮玩、文具、小家电等多品类。

UME影城上海新天地店店长卢瑛说,春节假期最后两天,200元以内的《哪吒2》影院衍生品都已售罄,最后售出的几只哪吒系列爆米花桶,还是从外地紧急调货进沪的。

记者在成都高新区一家盲盒店看

到,前来购买《哪吒2》“天生羁绊系列”盲盒产品的市民及游客络绎不绝。“来问了好几天了,一直都没货,还在等补货。”焦急等待货品上架的市民李先生说。

——科技赋能让影视IP融入生活:江西某景区开发“元宇宙陈塘关”,游客可以通过数字分身沉浸式参与神话剧情;四川景区推出哪吒主题短剧,结合社交媒体传播实现品牌破圈……《哪吒2》带动传统IP从静态作品转化为动态创新性表达,实现经济价值提升。

四川传媒学院数字媒体与创意设计学院教授黄丹红认为,《哪吒2》电影本身就运用了很多先进的技术,随着人工智能等技术的广泛应用,打造精品文化IP,以数字化手段来促进文旅体验,也将成为未来文旅产业发展的核心驱动力。

——“影视+文旅+消费”跨界联动:《少年英雄小哪吒》动画片将蜀南竹海、兴文石海等实景融入剧情,带动当地提升旅游认知度;“哪吒IP小家电”则探索传统文化与现代消费品的结合……类似《哪吒2》这样的爆款IP,正在通过跨界联动,取得产业链的延展。

四川大学文化产业研究中心主任蔡尚伟认为,文化IP深入融入更多行业领

域,将为消费者带来更加多样化和个性化的产品与服务体验。这种跨界融合不仅能够满足消费者多样化需求,还将成为企业挖掘潜在市场、提升竞争力的重要动力。

从“流量狂欢”转向IP深耕

《哪吒2》的成功反映当前我国文旅消费增长新趋势,显示了中国文化消费的新动力。业内人士认为,影视IP长远发展需超越短期“流量狂欢”,以文化自信为根基、以技术创新为引擎、以产业生态为支撑,耕耘IP的长期价值。

负责《哪吒2》全片3D转制的上海幻马文化传媒有限公司动画艺术总监韩晓菲认为,虽然《哪吒2》火爆,但大家也不要“一窝蜂”扎堆神话IP,应该鼓励放开想象力,引导行业形成多元丰富的生态。

近年来,我国在传统文化IP开发上取得显著突破,成功打造《哪吒2》等一批现象级文化爆款。但是,一些影视IP的运营仍以短期流量变现为主,往往难以支撑IP的长期发展。

“真正具有市场影响力的IP,需要超越单一产品周期,通过内容创新和产业闭环,打造可持续的文化产业链,从而在全球市场建立更具竞争力的文化品牌。”蔡尚伟说,“后续希望各地围绕哪吒的角色、世界观和文化属性,开发更多元的内容载体,如游戏、动画剧集、文学作品、互动体验等,形成一个可持续发展的IP矩阵。”

多位专家呼吁,避免“神话人物户籍化”,地方文旅宣传也要掌握火候,避免用力过猛。文旅融合的尽头,不在于争抢“哪吒是哪里人”,而是积极扩展到更多元的领域,有效推动IP资源向文化资产的转化。

(据新华社北京2月14日电 记者董小红、卢宥伊、许晓青)

国内首个 AI 儿科医生正式“上岗”

据新华社北京2月14日电(记者顾天成、侠克)13日,在国家儿童医学中心、北京儿童医院会诊中心,一位专家型AI儿科医生正式“上岗”,与13位儿科专家共同完成了一场疑难病例多学科会诊。记者从北京儿童医院了解到,这是全国首个AI儿科医生,有望辅助疑难罕见病诊疗,为儿科医疗服务带来新变革。

一名8岁男孩是此次会诊的对象,他持续三周抽动,两周前发现颌底肿物,病因复杂,辗转多地医院,诊疗结果不一。在这场会诊中,AI儿科医生与来自耳鼻咽喉头颈外科、肿瘤外科等不同科室的13位知名专家给出了高度吻合的建议。

“此次‘上岗’的AI儿科医生,是北京儿童医院正在研发的儿童健康人工智能大模型系列产品之一,整合了北京儿童医院300多位知名儿科专家的临床经验和专家们数十年的高质量病历数据。”国家儿童医学中心主任、北京儿童医院院长倪鑫说。

倪鑫介绍,这款专家型AI儿科医生,

既可以担任临床科研助理,帮助医生快速获取最新科研成果和权威指南,也可以辅助医生进行疑难罕见病的诊断和治疗,提升临床决策效率。

据悉,此次会诊开启了“AI儿科医生+多学科专家”的双医并行多学科会诊新模式。项目技术合作单位百川智能创始人、CEO王小川认为,AI儿科医生的应用将会极大地促进优质医疗服务的普及和普惠。

“我国目前依然存在儿科医生较为短缺的问题。在这一背景下,AI赋能将为保障儿童健康、扩容儿科资源带来深刻变革。”中国科学院院士、清华大学人工智能研究院名誉院长张钹说。

“新时代的儿童健康从大模型开始!”倪鑫表示,专家型、家庭型和社区型AI儿科医生陆续“上岗”,全方位覆盖基层医疗机构和家庭健康管理等多元化场景,将促进医疗资源均衡布局和高质量发展。通过技术赋能,让有需要的孩子能享受优质医疗服务,为全国3亿儿童健康成长保驾护航。

我国将对古树名木全面实行挂牌保护

新华社北京2月14日电(记者胡璐)古树名木是重要的物种资源、景观资源和生态资源,承载着传统文化,见证着历史变迁,被誉为“绿色的国宝”。为了更好地保护古树名木,我国将对古树名木全面实行挂牌保护,因地制宜设置保护设施。

这是记者14日从国家林草局召开的新闻发布会上了解到的。

国家林草局生态保护修复司(全国绿化委员会办公室)司长张利明介绍说,党的十八大以来,随着我国生态文明建设步伐的推进,古树名木保护管理制度体系不断完善,重点区域和具有重要价值的古树名木得到有效保护,破坏古树名木的行为受到有力惩处,全社会保护意识明显增强。但违法采伐、移植、损害古树名木的行为时有发生,少数地方保护责任落实不到位,城乡之间、地区之间保护管理要求不统一。今年1月,我国公布了古树

名木保护条例,从制度层面对古树名木的资源调查公布、日常养护管理、合理利用、文化传承等进行规范。

“古树名木保护条例的出台,填补了古树名木保护领域国家层面的法规空白,为古树名木保护提供了坚实的法治保障。”张利明表示,下一步将会同各地各有关部门持续加强条例的贯彻落实,并强化对古树名木的动态管理,包括启动开展第三次全国古树名木资源普查,动态掌握古树名木资源底数和管理状况;强化古树名木智慧管理系统应用,实现“一树一档”精细化管理;全面实行挂牌保护,因地制宜设置保护设施。

此外,他说,还将积极构建多元化投入机制,优化完善中央资金投入政策,探索建立古树名木保险制度。加强新技术、新设备研发,搭建专家咨询交流平台,提高古树名木科学保护水平。