

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,江西上饶太乙真人殿文创销售额破千万元,河南西峡陈塘关遗址公园春节游客量增长300%,天津河西推出哪吒主题游线路……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。

产业链延伸: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,覆盖潮流、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

国内首个！AI儿科医生正式“上岗”

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,两周前发现颅底肿物,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,让有需要的孩子都能享受优质医疗服务,为全国3亿儿童的健康成长保驾护航。

据新华社

生育友好、人工智能……

上海大型招聘会上传出就业市场新动向

从更注重“育职平衡”的生育友好岗,到瞄准了尖端人才的人工智能类岗位,在上海2025年首场全市性大型招聘会上,透露出就业市场的“新信号”。

“乐业上海优+”行动——2025年上海市春季促进就业综合性大型招聘会,是上海2025年首场全市性大型招聘会,以“1+15”市区联动方式举办,共有超过1000家企业参加,提供超2.6万个招聘岗位,其中,主会场参会单位500家,提供超1.4万个招聘岗位。

记者在现场看到,招聘会的主会场设立了12个专区,重点聚焦集成电路、生物医药、人工智能等行业。

“我们急需技术类和算法类的高阶人才。”上海跃星辰智能科技有限公司合伙人兼首席人才官马悦说,在AI大模型领域,人才是制胜的关键要素之一,因此在“以才引才”的同时,也积极利用上海对国际人才的吸引力优势,参加政府搭台的大型招聘会,一上午就收到了60多份简历。

记者注意到,在主会场中,有11家

“生育友好岗”用人单位共提供350个岗位,包括工会管理、产品设计、网络主播、外语翻译等。

“我想问问,‘生育友好岗’有啥不同?”求职者刘女士对“生育友好岗”专区的岗位颇有兴趣,她发现,这些岗位提供的预期薪资不错,还能兼顾照顾孩子的需求。

上海克来机电自动化工程股份有限公司的现场招聘人员介绍说,企业原本就有不少帮助职工实现育职平衡的支持政策,有照顾家庭需要的员工可以申请

弹性工作时间和居家办公等,通过推出“生育友好岗”的方式,进一步为劳动者兼顾工作和生育提供便利。

上海市就业促进中心主任周国良说,上海就业形势总体稳定,2024年上海城镇新增就业62.2万人。下一步,上海还将深入开展“10+N”公共就业服务活动,继续密集举办各类“专而精”“小而美”的招聘活动,突出就业优先,构建就业友好型社会,全力促进高质量充分就业。

据新华社