

从“哪吒”到《八仙!》 四川动画电影的“奇迹”与体系

■文/本报记者 姬政鹏

9月28日,电影《八仙!》累计票房达19.85亿元,超过《熊出没·逆转时空》,跃居国产动画电影票房榜第三位。至此,国产动画电影票房榜前三名“哪吒”系列和《八仙!》均出自四川成都。

从2019年《哪吒之魔童降世》横空出世,到2026年《八仙!》接过接力棒,三部现象级动画电影先后从成都走向全国、走向海外。接连涌现的爆款作品以及产业集群、政策扶持、人才成长的持续转化也让四川动画电影成为一个值得观察的产业样本。

“一杯咖啡”的距离做爆款 动画产业集群释放协作效能

“《八仙!》是一部地地道道的四川造、成都造、高新造的动画大片。”电影《八仙!》总监制、东方梦工厂总裁应旭珺如是说。作为东方梦工厂重启后在四川成都立项的首部动画大片,《八仙!》从创意、制作到宣发,都深度嵌入了成都的数字文创产业生态。

在应旭珺看来,东方梦工厂西南总部落地四川成都,一个重要原因就在于这里已经形成的动画产业、数字文创产业集群。长期积累形成的产业集聚效应,为动画项目提供了稳定的上下游资源。同时,四川丰富的人文历史、自然景观和传统文化,也为动画创作提供了充足的素材和灵感。

这种产业集群优势,在《八仙!》的制作过程中变得具体而可感。该片制片人曹林林介绍,影片整个配音团队都在成都完成,成都本地影视人才和专业公司的加入,使团队在创作理念上保持高度一致,也降低了沟通成本。导演兼编剧牟正洋则提到,自己可以在成都一边配音、一边审核视效,便捷的交通和近距离的产业协作,让制作流程更加高效。

其实这种“近距离协作”,在天府长岛数字文创园已是产业常态。园区目前集聚70余家数字文创企业,上下覆盖IP策划、美术设计、动画制作、视觉特效、配音混音、宣传推广等环节,形成完整产业链。园区运营方将其概括为“一杯咖啡距离”产业协作圈:上下楼就是上下游,左邻右舍就是合作伙伴。“哪吒”系列制作过程中,有138家协作企业参与其中,到了《八仙!》,配音、特效、合成等环节的团队几分钟内即可碰面。

2025年,成都数字文创核心产业营收达到4139.7亿元。截至目前,成都高新区已集聚数字文创企业6000余家,从业人员超过12万人。产业规模的扩张与具体项目的高效协同相互作用,让动画电影从单个团队的创作行为,逐渐转化为产业链上的协同生产。

是“土壤”也是“底气” 政策持续加码托举原创动画

产业集群的形成并非一日之功。在“哪吒”系列和《八仙!》的背后,四川省持续完善的电影产业政策体系发挥着重要作用。

“可以说没有这片土壤,就没有我们取得的成绩。”就在《八仙!》跻身前三的同一天,成都可可豆动画影视有限公司总裁、《哪吒之魔童闹海》制片人刘文章在2026四川省文化和旅游发展大会上分享企业成长经历时,将企业的发展与四川持续加码的产业支持联系在一起。

2015年成立于成都高新区的可可豆动画,十余年来持续深耕原创动画,造就了风靡全球的“哪吒”系列。成功背后有创作者的长期积累,也离不开产业环境的持续培育。

近年来,四川省、市各部门在场地、资金、人才、版权保护等方面持续给予企业支持。四川省重大文艺项目扶持和精品奖励办法明确,省财政每年预算3亿元支持重大文艺项目创作,对单部电影最高给予2000万元扶持,省市区三级叠加后最高可超过8000万元。《哪吒之魔童闹海》正是四川省重大文艺项目扶持项目。成都市也于2025年推出了《成都市促进影视产业发展的若干政策》,以17条举措覆盖剧本创作、拍摄制作、发行放映、影视科技创新、IP转化和人才引育等环节,并专门关注科幻动画发展。同时,四川推行“影视剧目联审一件事”机制,并在园区设置专家辅导站,进一步提高影视项目服务效率。

数据更为直观,截至2025年,在川电影制片机构已经达到1047家,近10万名影视从业者扎根成都。刘文章说:“四川给我们的,是创作的底气;我们要还的,是拿得出手的作品。”从企业成长到产业发展,政策支持正在与市场机制、企业创新形成更加稳定的互动关系。

从“单兵突进”到“团队作战” 人才成长夯实动画产业根基

动画电影归根结底是团队型产业。一部作品从剧本、美术设计到建模、动画、特效、配音、剪辑,需要大量专业人才共同完成。四川动画产业近年来的变化,也正在从“做出一部作品”走向“形成一支队伍、培育一批企业、构建一套体系”。

《哪吒之魔童闹海》的片尾,出现了138家中国动画制作公司的名字,很多年轻创作者由此进入产业链。到了《八仙!》,这种产业协作更加明显。影片由东方梦工厂西南总部成都画梦成帧影视文化传媒有限公司牵头制作,成都本地动画团队深度参与,声娱文化承担全片配音工作。不同企业、不同岗位的人才,在具体项目中完成分工协作,也让产业能力在项目实践中得到沉淀。

中国电影评论学会会长饶曙光将《八仙!》的出现看作四川动画从“单兵突进”走向“团队作战”的一个标志。在他看来,“哪吒”系列证明四川能够制作世界级动画电影,但这样的作品是经过五年时间、上千人团队共同完成的“超级工程”;《八仙!》则更进一步,证明四川已经具备可复制的产业能力,一部中等完成的动画电影可以在不到三年的时间里完成从故事板到上映,并取得市场佳绩。“前者是奇迹,后者是体系。奇迹不可复制,体系可以。”

在饶曙光看来,四川动画人才队伍的成長,与政策环境和产业生态的形成密切相关。近年来四川影视政策持续落地,一方面为影视发展营造了良好氛围、奠定产业基础,另一方面也吸引全国优秀影视资源和人才汇聚四川。与此同时,四川影视教育形成了良好氛围,后备力量和年轻力量不断成长,为包括动画电影在内的四川影视发展提供源源不断的新鲜血液。

人才、企业、园区和政策由此形成循环:产业集群吸引人才,项目为人才提供实践机会,人才成长推动企业发展,企业壮大又进一步丰富产业生态。从“哪吒”到《八仙!》,四川动画的“单片爆款”为中国电影提供了“产业标杆”。

2026 爱奇艺秋季悦享会举行 推动 AI 长片跑通创作到商业闭环



本报讯 近日,以“AI向新,砺行致远”为主题的2026爱奇艺JOY秋季悦享会在上海举办。会上,爱奇艺发布2026—2027年度350余部新作片单,《捕风追影2》《长安十二时辰》《未滿十四岁》《拔刺》等数十部电影新片即将与观众见面。爱奇艺副总裁刘皇甫透露,《捕风追影2》即将开机。

秋季悦享会现场,爱奇艺创始人、首席执行官龚宇介绍了爱奇艺AI战略的三大重点,即All in AI赋能实拍影视长片及AIGC长片,全力建设健康的内容创作者生态,探索AI催生的新形态作品。他还介绍了爱奇艺创作者生态建设布局,致力于建设“影视创作者和观众的社区”,搭建起七大创作者服务体系,始终尊重创作者,为创作者提供实实在在的支持,让创作者“被看见、有钱赚、有荣誉”。

电影方面,刘皇甫表示,爱奇艺将持续深化电影“三级火箭计划”,还将推动AIGC从短片实验走向商业长片创作。刘皇甫介绍,以“大片计划”打造头部院线电影,以“爆前计划”支持先锋创作者探索类型创新,以“燎原计划”帮助新创作者、新作品通过互联网低成本高效触达观众。今年,爱奇艺携手奥斯卡奖得主鲍德熹推出“鲍德熹·爱奇艺电影剧场”,推动AIGC从短片实验走向商业长片创作。

爱奇艺“大片计划”中,《捕风追影2》即将开机,导演杨子率原班人马回归,其前作《捕风追影》内地票房已超12亿元;马伯庸经典IP改编的《长安十二时辰》《食南之徒》、现实题材电影《未滿十四岁》《拔刺》等将陆续登陆院线。此外,电影《死亡禁区实录》已于中秋档登陆全国影院。“爆前计划”《杯

雪·一战成名》《喜魘》等作品也将陆续与观众见面。“燎原计划”自去年12月以来已上线27部作品,最新公布片单又新增10部内容储备。

“鲍德熹·爱奇艺电影剧场”本次集中发布多部AIGC电影长片,覆盖冒险、悬疑、动作、现代言情、动画等类型。该剧场从全球超百个报名项目中优选9部进入成片制作,鲍德熹全程参与指导与质量把控。

AIGC长片的商业价值已得到市场验证。《灵魂摆渡》“浮生梦”系列AIGC网络故事片前两部《灵魂摆渡·蝴蝶梦》《灵魂摆渡·天女之梦》于8月22日上线,首周即收回两部影片制作成本,上线首月分账票房累计突破800万元。该系列第三部作品《灵魂摆渡·公主之梦》也已进入后期制作阶段。

(杜思梦)

《小猪佩奇·完美假期》北京首映

本报讯 日前,动画电影《小猪佩奇·完美假期》于北京举办首映礼。佩奇、乔治欢乐饭撒亮相,热闹“闹中”,华策影视集团总裁傅斌星、英国驻华贸易使节Kate Harrison为它们颁发了趣味荣誉,导演刘源也分享了《小猪佩奇·完美假期》保持原汁原味的秘诀,主创、嘉宾与现场大小观众开启一场充满欢声笑语的相聚,提前快乐度假。

首映现场,傅斌星表示,小猪佩奇曾陪伴观众走过很多温暖的时光,也希望在这个中秋、国庆前来观影的人,能收获属于一家人的难忘且温馨的回憶。Kate Harrison也感慨小猪佩奇作为20多年来被全球孩子持续喜欢的动画,为无数孩子和家庭带来了欢乐与想象,这次中英合拍电影也展现了两

国文化合作的魅力,希望所有人都能够一起享受这段温暖、快乐的冒险旅程。

首映结束后,影片收获现场观众一片真挚好评,实现孩子收获欢笑、成年人收获治愈的双向观影体验。不少亲子家庭看完深受触动,家长感慨影片提供了很好的家庭相处范本。

(赵丽 姬政鹏)

华纳兄弟动画电影《戴帽子的猫》确认引进

本报讯 华纳兄弟动画厂牌开山力作、奇幻动画喜剧电影《戴帽子的猫》近日宣布确认引进中国内地,将于全国影院与观众见面。

影片由《我的世界大电影》幕后团

队倾力打造,改编自全球家喻户晓的苏斯博士经典IP。作为风靡世界的启蒙教育绘本,《戴帽子的猫》承载了无数读者的童年记忆。

影片讲述了戴帽子的猫接下了想

像力与灵感研究所有限责任公司迄今最艰巨的任务——为盖比和塞巴斯蒂安这对姐弟加油打气,这是他证明自己的最后机会,一场充满想象力的奇幻之旅即将开启。

(杜思梦)

布拉德·皮特新片《野兽之心》五城超前观影感动观众

本报讯 由美国派拉蒙影片公司出品、布拉德·皮特主演的电影《野兽之心》于9月27日在北京、上海、广州、成都、杭州五城举办“见证人犬羁绊”超前观影活动。电影中皮特与狗狗的人犬羁绊让首批观影的观众泪目,也有观众称赞电影中的荒野景观与户外细节。影片将于9月30日登陆中国内地大银幕。

《野兽之心》五城超前观影活动现场,不少布拉德·皮特粉丝、养宠爱宠人士以及户外运动爱好者慕名前来。电影结束后,影厅里观众的哭泣声此起彼伏,伴随着片尾曲,大家久久不肯起身,沉浸在电影之中。影片映后收获观众好评,喜爱布拉德·皮特的观众称赞此次皮特的演技:“相较于去年的《F1:狂飙飞车》,皮特的表演

更加细腻动人,他与狗狗的一颦一蹙都展现出丰富的情感”,还有户外运动爱好者分享了电影中荒野氛围的沉浸感:“不仅是布拉德·皮特的户外表演很真实,电影中不少户外细节例如用棉花生火、处理伤口等都非常专业,再加上非常震撼的阿拉斯加景观,让人感觉到户外的魅力。”

(杜思梦)

广告

《对联》杂志征订信息

《对联》杂志(原名《对联·民间对联故事》)创刊于1985年1月,由山西日报社主管。以教育普及、传承发展、学术研究为核心,面向社会大众,普及对联知识,提高鉴赏能力和创作水平。突出知识性、趣味性、可读性、实用性。

国内统一刊号:CN14-1389/I

国内邮发代号:22-88

定价:月刊,120元/年

订阅方式:全国各地邮局、“中国邮政微邮局”微信公众号、中国

国邮政报刊订阅网均可

十本以上集体订阅,直接联系《对联》期刊社

征订热线:15735155820 13269221236

“影像·思想·渐近线” 学术交流活动在广州举办

本报讯 9月26日至27日,“影像·思想·渐近线——2026文化例外与电影政策、理论及传播启示”学术交流活动在广州举办。此次活动由中国文联电影艺术中心、广州市文学艺术界联合会主办,《世界电影》杂志社、CINPIX LIMITED、暨南大学新闻与传播学院、广东财经大学湾区影视产业学院、东北师范大学传媒科学学院(新闻学院)、广州大学海上丝绸之路重点实验室联合承办。

开幕式上,广州市文联党组书记、主席刘炬培在致辞中表示,广州作为中国电影重要发源地,拥有深厚的影视产业基础与中外文化交往传统。近年来本地影视产业规模持续壮大,集聚近万家影视相关企业;同时广州积极推动中法电影文化交流,中法合拍纪录电影《康熙与路易十四》成为文明互鉴的鲜活样本,也为此次学术活动落地提供了扎实的产业实践与文化土壤。

中国文联电影艺术中心主任宋智勤表示,伴随全球化与数字技术迭代,单一的发展范式难以应对复杂行业课题,中法电影对话的意义在于通过跨文

明互鉴来拓宽视野。面对AI介入影像生产的现实,技术终究无法替代人对生活与情感的真切体察,仍需放眼全球、立足本土,完善符合自身国情的电影政策、理论体系与传播路径。

主旨演讲环节,法国《电影手册》前主编、著名电影批评家、史学家让米歇尔·傅东(Jean-michel Frodon)在演讲中辨析了法国“文化例外”的制度内涵。他指出文化产品具备公共属性,法国依托CNC机制构建电影扶持体系,同时强调各国不能简单移植他国模式,需要立足本土国情探索发展路径。中国电影股份有限公司原董事长、中国电影家协会原副主席喇培康结合国内产业发展现状与自己丰富的实践经验,深刻分析了中国电影国际化发展路径。他认为中国电影出海是持久战,“走出去”要历经认知、认可、认购三个阶段。合拍是重要抓手,应当采取先易后难的策略拓展海外市场。

电影理论泰斗雅克·奥蒙(Jacques Aumont)则通过视频,提纲挈领地梳理法国电影理论的百年演进脉络,区分接收效果、艺术形式两大研究方向,回望

诗学、电影学、符号学、德勒兹哲学等理论浪潮,反思既往范式的局限,呼吁电影理论直面AI影像等新媒介现实,生出适配当下的问题意识。

闭幕式上,中国文联电影艺术中心期刊编辑部主任、《世界电影》杂志主编、中国世界电影学会副会长曹祎琳在总结中表示,此次研讨的可贵之处在于践行“渐近线”的精神内核:不同文明语境下的电影实践,不必追求理念完全趋同,贵在持续对话、互通互鉴。期待以此次活动为起点,中外学界在学术研究、合拍创作、人才培养等领域深化务实合作,推动更多优秀影像作品与学术成果走向世界。

此次活动实现了理论、历史与产业实践的互证,既系统梳理法国“文化例外”、电影资助制度与电影理论发展的经验与局限,又扎根中国电影现实,针对AI媒介变革、观众代际更迭、国际传播、传统美学创新转化等现实议题凝练本土思考。与会学者以“渐近线”为引,为新时代中国电影产业升级、电影理论创新、中外电影文明互鉴积淀了宝贵的思想资源。

(谷静)

儒意电影携手 KPL 开启年度跨界联动

本报讯 9月29日,儒意电影发布年度顶级跨界合作,携手KPL(王者荣耀职业联赛)开启为期一个半月的全域品牌联动。今年正值KPL十周年,合作以“十年荣耀,顶峰相见”为主题,落地线下主题影城、独家选手周边、总决赛第二现场三大板块,为影院业态升级注入新元素。此次联动集结九尾、无畏、一诺、钎城、清融五位高人气职业选手,10月1日至8日,北京、上海、广州、深圳、成都和杭州六地主题影城将上线主题氛围装饰,六家影城所在商业体将落地“痛楼”,并在全国700多家影城的映前广告

和大屏上线联动内容,将影城打造成电竞主题的超级娱乐空间。

落地线下活动的同时,儒意电影还开启线上预售,并从10月1日起在旗下数百家直营影城启动现货销售,涵盖联名主题套餐、亚克力挂件、应援套组、城市限定联名T恤等周边,满足年轻用户打卡、收藏、社交的多元化需求;2026年KPL年度总决赛期间,儒意电影还将在旗下影城落地分会场,同步转播赛事,打造沉浸式集体观赛氛围。

本次联动恰逢名古屋亚运会王者荣耀比赛收官,中国队以全胜战绩夺金,继

(姬政鹏)