

票房突破80亿元 《哪吒2》已跻身全球影史票房榜TOP40

本报记者 李豪悦

动画电影《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)的票房成绩每天都有新突破。灯塔专业版数据显示,截至记者发稿,仅上映了12天的《哪吒2》,票房已经突破80亿元,在全球影史票房榜中位列第39,在全球动画电影票房榜中位列第7。

《哪吒2》目前仍处于热映期,其票房仍在快速攀升。根据多个电影票房统计平台预测,《哪吒2》的最终票房可能冲向110.07亿元。如果目标达成,《哪吒2》的全球票房排名将会超过《速度与激情7》的109.88亿元,上升至全球影史票房榜第12;在全球动画电影票房榜超越《冰雪奇缘2》的105.41亿元,排名第2,仅次于《头脑特工队2》的123.19亿元。

见证中国市场潜力

全球影史票房榜100中的其他好莱坞电影,成绩普遍来自全球多个市场收入总和。《哪吒2》是罕见的仅凭中国一个国家即单一市场票房收入,就进入全球票房前100的影片。

北京电影学院国家智库常务副秘书长刘正山向《证券日报》记者表示,《哪吒2》仅靠中国单一市场票房就拿到如此成绩,让大家重新认识到中国电影市场的巨大潜力,可观的市场前景,改变了业界一些人此前基于2024年电影市场的悲观判断。

据记者了解,2024年中国电影总票房425.02亿元,相比往年下滑幅度明显,业内普遍认为短视频的风靡和其他娱乐消费方式取代了

观众的观影热情。而种种迹象表明,观众并非不愿走进电影院。灯塔专业版数据显示,2025年春节档档期内人均观影次数提升至1.4次,是近10年来最高。观影2次、3次的人数也有所增加。

“《哪吒2》的票房成功,表明中国观众对优质电影内容有着强烈的需求和较高的消费意愿,只要能够提供高质量、富有创意且能够引发观众情感共鸣的作品,中国电影市场依然能够爆发出强大的活力。这也提示电影行业在内容创作上要更加注重品质和创新,以满足观众期待。”刘正山说。

中原证券发布研报称,优质影片的上映不仅能够带动大量的观影需求,观众的流入还能够带动卖品、映前广告等高毛利非票业务的旺盛,改善影院收入结构,提升影院盈利能力,为行业发展注入信心。

海外影迷翘首以盼

谈及《哪吒2》的成功,多位业内人士认为,该电影是中国动画行业的协同之作。官方信息显示,参与《哪吒2》技术制作的动画团队多达29家,全都来自中国。

《哪吒2》的特效总监在社交平台介绍,《哪吒2》的特效体量巨大,任何一场特效都涉及多个团队参与,不同的公司负责不同的环节,包括动画制作、三维资产、特效合成等。

参与的团队包括制作过科幻片《流浪地球》的墨境天合成都数字图像科技有限公司、制作动画电影《熊出没》的华强方特(深圳)动漫有限公司、制作动画电影《深海》的北京深海十月传媒有限公司等。



《哪吒2》目前仍处于热映期,其票房仍在快速攀升。根据多个电影票房统计平台预测,《哪吒2》的最终票房可能冲向110.07亿元

刘正山认为,从工业化发展来看,《哪吒2》的成功标志着我国动画电影制作水准的成熟。影片特效镜头数量远超前作,场景设计(如海底龙宫、昆仑仙境等)融合了东方美学,人物微表情等细节技术也达到了国际水准,展现了中国动画创作水平的飞跃。《哪吒2》的票房成功,还将吸引更多资金入场,并启发更多电影人坚守“长期主义”,埋头于精良水平电影的制作上,而不是追逐短期利益的“短平快”。

根据北京光线传媒股份有限公司公布的消息,《哪吒2》将在全球40多个国家和地区上线,目前已经进入预售期。记者观察,北美多家放映《哪吒2》的影院电影票都已售罄,海外影迷翘首以盼。

一位电影公司负责人向《证券日报》记者表示,技术方面,中国电影具备了同好莱坞一较高下的水平。内容吸引力方面,从2024年至今,中国旅游、小红书等话题在海外走红,中国文化对海外的影响力也在提升。《哪吒2》仅靠单一市场

成绩在全球突围,既是优势也是挑战。例如,在文化方面,如何让海外观众打破文化壁垒,理解并喜欢中国传统文化,在海外营销和市场竞争方面,如何突破地域保护跟当地企业竞争,都是中国电影未来“出海”要突破的障碍。

“要克服‘出海’障碍,就要努力平衡本土特色与国际表达,构建可持续发展的系列IP,提升全球发行能力,这是决定中国电影能否真正实现从‘单兵突破’到‘全面崛起’的关键。”刘正山说。

《哪吒2》流量“溢出” 多地文旅打造“哪吒IP”享红利

本报记者 张敏
见习记者 梁傲男

灯塔专业版数据显示,截至2月9日18时39分,国产动画电影《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)总票房(含点映及预售票房)已突破80亿元,不仅刷新了国产动画电影纪录,更催生出“神话IP+文旅经济”的跨界联动效应。

随着影片热度的持续攀升,四川宜宾、天津等“哪吒文化地标”城市的文旅搜索量呈现增长趋势。

同程网络科技股份有限公司(以下简称“同程旅行”)数据显示,自《哪吒2》电影上映以来,截至2月9日,“哪吒”相关的酒店、景区等旅游搜索量同比增长5倍。飞猪数据也显示,2月1日至2月7日,宜宾、江油、天津等与哪吒相关

的目的地搜索量环比激增。其中,宜宾环比增长225%,江油涨幅高达453%。哪吒闹海游乐园、哪吒小镇等景点搜索量声量大涨。

多地文旅争夺“哪吒IP”。据四川省宜宾市政府新闻办介绍,2010年,宜宾哪吒传说作为民间文化入选宜宾市市级非物质文化遗产。2019年8月份,宜宾市翠屏区被中国民间文艺家协会命名为“中国哪吒文化之乡”。同程旅行数据显示,2月1日至2月9日,在“哪吒”主题景区密集的宜宾市,酒店量价齐升,订单量和客单价均相比上年同期增长近30%。

同程旅行相关负责人表示,《哪吒2》电影上映以来,截至2月9日,“哪吒”相关的酒店、景区等旅游搜索量同比增长5倍。飞猪数据也显示,2月1日至2月7日,宜宾、江油、天津等与哪吒相关的目的地搜索量环比激增。其中,宜宾环比增长225%,江油涨幅高达453%。哪吒闹海游乐园、哪吒小镇等景点搜索量声量大涨。

“哪吒”主题景区的天津市河西区,也是这波流量红利的受益者。2月5日,天津文旅在社交平台发布视频并配文表示:“别抢了!哪吒天津人!小孩哥姓名哪吒,天津陈塘(今河西陈塘庄)人,小学在读。”

同程旅行数据显示,2月1日至2月9日,天津市河西区的酒店预订量相比上年同期增长超过60%。而河南省南阳市西峡县,作为哪吒庙景区的所在地,当地酒店在2月份第一周的预订量环比增长近100%。

旅游酒店行业高级经济师赵焱焱向《证券日报》记者表示,要维持这些文旅目的地的热度,需要深度的规划和持续的投入,将哪吒带来的短期热度转化为长期的文旅吸引力。这要求地方在挖掘哪吒文化内涵、打造特色旅游产品、提

升旅游服务质量等方面下功夫。市场推广、游客体验反馈等也会影响这一趋势的持续性。

游客对旅游目的地的选择逐渐呈现出需求多元化趋势,一种美食、一部电影,都能为相关地区的文旅业带来可观的流量和经济效益。而在业内人士看来,要成功实现神话传说向文旅IP的转化,需要基于地域文化基因进行体系化运营。比如,江西省依托数字技术打造的“元宇宙陈塘关”、四川省通过沉浸式演艺开发的哪吒主题短剧,均构建了“故事场景化+场景产品化+产品品牌化”的开发路径。

“随着文化和旅游市场的深度融合,高票房、高质量、高关注度的影视作品,不仅获得了口碑和价值的双赢,也成为激活旅游消费的关

键因素。热门影视剧的取景地、动漫电影的IP起源地,除了拉动本地居民在热门景区、影院周边的二次消费,也吸引了数以万计的异地游客前往打卡。”同程研究院相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示,随着热门影视作品陆续“出海”,对于讲好中国故事、传播好中国声音、提升入境游市场也将发挥重要作用。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力认为,文旅IP的开发需把握创新与保护的平衡点。地方在开发文化旅游资源时,既要尊重和保护好原有文化生态,避免过度商业化导致的文化异化,又要善于创新,将传统文化与现代旅游需求相结合,打造出既有文化底蕴又符合市场需求的文旅产品。

由我国牵头制定的电气运输设备领域首个载物国际标准发布 “无人配送车”产业迎来快速发展期

本报记者 丁蓉
见习记者 张美娜

近日,由我国牵头制定的电气运输设备领域首个载物国际标准《电气运输设备 第3-2部分:载物电气运输设备移动性能测试方法》(IEC 63281-3-2)正式发布。

上述标准的发布,旨在为应用于室内外场景的各类载物电气运输设备(以下简称“无人配送车”)建立统一的测试评估依据。该标准的发布将成为国际无人配送车产业发展的重要推动力,进一步促进其在全球范围内的广泛应用。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示,首个“无人配送车”国际标准的发布具有多重意义。首先,该标准有利于无人配送车零部件供应商按照统一标准进行生产;其次,为整车制造商提供了明

确的设计和生产的依据,提高产品研发和上市进程;最后,推动市场需求增长,促进产业链繁荣发展。

市场规模有望快速增长

中商产业研究院发布的报告显示,2023年,中国无人配送市场规模约为65亿元。2025年,这一市场规模有望达到170亿元。

近年来,无人配送车已在北京、上海、深圳等多个城市实现规模化应用。这些城市陆续发布了无人配送车相关管理细则,并开展了基于L4、L5级别自动驾驶技术的示范区运营,规划了特定的测试道路与场景。此外,多个城市陆续开放了大容量无人配送车的行驶权限。

顶层设计方面,2024年11月份,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《有效降低全社会物流成

本行动方案》提出,推广无人车、无人船、无人机、无人仓以及无人装卸等技术装备,加强仓配智能一体化、数字孪生等技术应用,创新规模化应用场景。

此外,交通运输部等十三部门于2024年5月份联合印发的《交通运输大规模设备更新行动方案》明确,支持邮政快递企业淘汰更新一批运输和末端配送车辆。鼓励企业在符合要求地区大规模使用新能源无人配送车,提升邮件快件中效率。

多家科技公司已布局

《证券日报》记者观察到,近年来,国内多家专注于无人配送领域的科技公司正积极布局。这些公司的业务范围已从室内配送扩展到室外配送,再延伸至封闭园区和城市运输。

国家邮政局近日对2020年度认定的24家邮政行业技术研发中心开展复核工作。根据发布的《2020年度邮政行业技术研发中心复核通过名单》,新石器慧通(北京)科技有限公司的“邮政行业无人驾驶技术研发中心”通过复核,并更名为“国家邮政局无人驾驶技术研发中心”。

该公司官方微信公号显示,公司成为目前国内唯一一家获得“无人驾驶技术研发中心”资质的企业。此外,该公司的无人配送车近日还获得了绍兴、德清、长沙、成都等多个城市的专用牌照。

广州文远知行科技有限公司近日发布了新一代无人物流车Robovan W5。该车型凭借自研的L4级无人驾驶技术、全场景适应能力、长续航大载重以及车端、云端与运营端一站式部署的优势,能够为快递、城市配送和各类点对点物

流场景提供高质量、高性价比的无人配送解决方案。

北京斯年智驾科技有限公司也在其官方微信公号宣布,公司中标了“山东港口威海港国际客滚船舱内无人驾驶技术研发采购项目”,进一步拓展了无人驾驶技术的应用场景。

尽管自动驾驶行业近年来发展迅速,但仍面临诸多挑战。中关村物联网产业联盟副秘书长袁树表示,无人配送车在复杂路况下的精准感知和决策能力仍有待提升,部分人群对其安全性也存在担忧。这就要求产业链相关企业进一步加大研发投入,推动人工智能、传感器等关键技术的突破,以应对未来更复杂的应用场景。总体来看,随着国际标准的发布、政策支持加码以及企业积极布局,无人配送车相关产业将迎来快速发展期。

多家车企发布2025年春节出行报告: 智能驾驶受青睐 补能效率再提升

本报记者 刘钊

随着2025年春节假期的结束,理想汽车、蔚来汽车、小鹏汽车等多个汽车品牌近日相继发布了春节出行报告。报告不仅反映了春节期间车主的出行习惯与偏好,也展现出智能驾驶渗透率持续提升及补能体系持续完善等发展趋势。这些趋势在丰富消费者出行体验的同时,也在深刻改变着中国汽车产业格局。

中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林示在接受《证券日报》记者采访时表示,从车企发布的春节出行报告来看,随着技术成本下降和基础设施的不断完善,智能驾驶功能将逐步下沉至15万元以下的家用市场,换电模式或向更多品牌开放,形成跨车企的补能生态。而春节“出行大考”的数据沉淀,将为车企优化技术路线、布局服务网络提供重要参考。

智能驾驶需求增多

各车企发布的春节出行报告显示,今年春节期间,全国范围内出行需求大幅攀升,不少汽车品牌用户的行驶里程屡创新高。其中,小米汽车车主足迹遍布全国366座城市,累计行驶里程超1.1亿公里,单车最长行驶里程达7559公里;理想汽车车主累计行驶里程更是达到了8.2亿公里,单车累计最长里程超过8840公里;蔚来汽车用户行驶总里程也达到了6.2亿公里。

春节期间,长途出行需求激增,对出行方式的便捷性、安全性和舒适性提出了更高要求,智能驾驶技术广受长途出行车主的青睐。数据显示,理想汽车春节假期智能驾驶总里程达1.46亿公里,较平日增长94.6%。其中,高速智能驾驶占比超过90%,单车最长智能驾驶里程超过6000公里;小米汽车发布的报告显示,其智驾总里程在春节假期达到了2482万公里,NOA(导航辅助驾驶)里程较平日增长了148%,单日单车最长智驾里程更是突破了1798公里。

从北京到广西旅游的车主王先生表示,在长途旅行中,智能驾驶系统有效减轻了驾驶负担,让全家人能够更好地享受旅途中的风景。

智能驾驶系统不仅在车流量密集的路段有效减轻了司机的驾驶负担,在极端环境下的技术可靠性也得到了验证。例如,问界汽车实现了在零下35摄氏度低温环境下的智能驾驶,凸显了其系统的适应能力。

业内人士普遍认为,用户对智能驾驶的依赖已从“辅助”转向“主动”,尤其在拥堵路段和长途场景中,系统接管率显著提升,大幅降低了驾驶疲劳。通过智能化、网联化技术,车企可以更好地了解用户需求和行为习惯,从而提供更加个性化和精准的服务。这也对车企的技术研发和创新能力提出了更高的要求。

补能体系持续完善

新能源补能体系的快速发展,不仅提高了新能源汽车的补能效率,也深刻重构了人们的出行体验。在过去,补能问题一直是制约新能源汽车产业发展的因素之一。然而,随着换电模式和超充网络的不断发展和完善,这一问题正逐渐得到解决。

报告显示,蔚来汽车用户春节假期行驶总里程达6.2亿公里。其中,累计行驶超5000公里的用户有1888人,单日行驶里程超500公里的用户达7.82万人。甚至有用户全程仅使用蔚来能源换电站,完成了从吉林省松原市横跨六省到达四川省乐山市的超3100公里行程。

蔚来汽车凭借其独特的换电技术,春节假期累计为用户提供171.6万次换电服务,同比增长44%,单日换电服务峰值达13.67万次,平均换电时间缩短至9分16秒。这一数据不仅彰显了换电模式的巨大优势,也反映了蔚来汽车在新能源补能体系方面的领先地位。

“日常中,换电和加油一样省时,且比加油更省钱。跑高速时的补能体验远胜过充电,跑长途时补能花费远低于加油,换电可以说是唯一兼顾省时、省钱又省心的补能方式。”武汉蔚来能源有限公司相关负责人向《证券日报》记者表示,截至2月7日,公司已在全国范围内累计建设换电站3107座。其中,高速公路换电站964座。

除换电模式外,超充网络也是新能源汽车补能体系的重要组成部分。春节期间,小鹏汽车超快充网络单日峰值充电次数达6.5万次,其北京成寿寺站点单日服务车辆更是高达123辆,累计为用户节省充电时间达21587小时;理想汽车则在全国布局了1848座超充站,为车主提供了便捷的充电服务,高速超充站平均充电时长仅16分钟,较其他品牌缩短约45%。

随着充电网络的不断加速布局,新能源汽车的补能效率将得到进一步提升,为车主带来更加便捷、高效的出行体验。

除了技术层面的创新和突破外,车企在服务体系方面的完善也是推动新能源补能体系发展的重要因素之一。用户对“无忧出行”的需求倒逼车企完善服务网络,形成“技术+服务”双保障。春节期间,各家车企纷纷加强了服务网络的布局,运营,为车主提供了全方位、全天候的服务保障。例如,小鹏汽车提供了4795次道路救援服务,充电站值守服务人次也达到了1300次;理想汽车提供道路救援超过2500次,最远一次单程达660公里;问界汽车单次救援最远里程达2272公里。

这些服务体系完善的举措,不仅提高了车主的满意度和忠诚度,也促进了新能源汽车市场的健康发展。未来,随着技术的不断进步和市场的不断扩大,车企的服务体系将进一步完善和提升,为车主带来更加优质、高效的出行体验。

广州艾媒数据信息咨询有限公司CEO兼首席分析师张毅向《证券日报》记者表示,车企发布的春节出行报告,展现了中国汽车产业的创新活力,更揭示了“智能驾驶普及化、补能网络全域化、出行服务精细化”三大趋势。当技术真正融入用户生活,春节出行不再有“里程焦虑”,而成为科技赋能美好出行的生动注脚。