



十年打造现象级IP《叽哩与咕噜》

山西动漫蝶变出海

“《迷途知返》不仅有趣，更让我懂得犯错后要勇于改正……”4月20日，家住万柏林区新城吾悦首府的赵乾宇同学，在观看央视少儿频道《有趣的成语故事》后写下观后感。《有趣的成语故事》由央视动漫集团出品，山西乐酷文化传媒有限公司与山西传媒学院联合制作其中的《迷途知返》与《勤能补拙》两集，通过精心设计的动画角色、精彩的剧情编排及生动的画面，用当代叙事视角与全新美学诠释成语中的智慧，让成语焕发新生。为广大少年儿童带来了一场集趣味与知识于一体的视听盛宴，自播出以来持续引发青少年热议，更让观众见证了山西动漫产业的崛起。

厚积薄发：匠心制作助推山西动画出圈

作为山西动漫行业的拓荒者，乐酷传媒的成长历程颇具启示。公司动画制作负责人提到，成立于2010年的乐酷传媒最初以承接英、法等国外动画加工制作业务为主，制作了《滑板少年》《天才小露西》《幸运的卢克》《Petz Club》等动画片，后凭借优秀的制作能力先后参与制作《天眼》《熊出没》《大头儿子和小头爸爸》《哈比兔历险记》《汉字传奇》《有趣的成语故事》《熊猫和高卢鸡》等国内外优秀动画作品，成为央视动漫集团的战略合作伙伴。

在“代工岁月”中的成长，不仅提升了乐酷传媒的制作水平，更激发出他们独特的创新制作美学，让山西动漫企业“出圈”。“我们始终坚持绘画文本为基底的视觉表达，在动画制作的每个阶段都注重艺术积累。”乐酷传媒负责人表示。

动画人物原型
“小亲圪蛋”

《叽哩与咕噜》

多元布局：产业延伸引领创新发展风潮

在动画领域取得突破后，乐酷传媒开启“动漫+”战略转型，延伸出IP打造、文创开发、数字展览、虚拟数字人等业务。先后为太原打造“双双”“塔塔”城市IP，为运城打造关风晋韵系列“关羽”“过关关羽”“坐禅关羽”IP文创，为朔州设计“尉迟恭”地域IP，为山西省第六届文博会打造“晋小友”吉祥物等近百项成果，将三晋文化元素注入现代审美，引领山西IP创作的新风潮。

乘山西文旅发展东风，公司2023年创立“乐酷潮玩”品牌，在抖音、快手、小红书等平台推出山西特色潮玩盲盒、“黑神话悟空·佛也”冰箱贴、财源滚滚“一桶金”毛绒玩具等爆款文创产品。“目前，我们正在开发AR地图‘小亲圪蛋’带你游山西”、“喜文化”XR数字展览，让观众用全新视角在沉浸式娱乐中体验山西文化。”乐酷传媒负责人透露团队的新动向。

从动画加工制作的代工厂到拥有众多原创IP的文化企业，动画作品从山西走向央视、走出国门，从单一动画制作到产业延伸，乐酷传媒的15年征程印证着山西动漫产业的蝶变。如今，乐酷传媒集聚全国优秀人才，用年轻化团队探索创新发展道路，用年轻化语态助推山西动画登上国际舞台。“我们要让世界看到，黄土高原不仅能生长小米醋，更能培育出惊艳世界的文化果实。”乐酷传媒负责人眼中闪耀着晋派动漫人的自信光芒。

记者 张慧 文 郭苑甫 摄

匠心筑梦：原创出海提升企业文化自信

“动画制作分级别，而我们坚持只做精品动画。”乐酷传媒负责人介绍团队秉持的匠心理念。在《叽哩与咕噜》制作过程中，创作团队以每秒25帧的高质量制作标准，历经8年，完成从剧本创作到后期合成的全流程，用精益求精的态度，创作出优质的动画。《叽哩与咕噜》于2020年8月登陆央视少儿频道黄金时段后，引发全国收视热潮。

此后，《叽哩与咕噜》连推三季，译制成英语、俄语、西班牙语、阿拉伯语等语言，在中央电视台少儿频道、山西广播电视台少儿频道、北京广播电视台卡酷少儿频道等国内108个省市县级电视台、20余个IPTV端播出，在香港ViuTV、浙江卫视国际频道、马来西亚astro、新加坡mediacorp等国际平台播出。在香港PCCW、英国TMP、俄罗斯Start、捷克国家电视台、YouTube等众多国际平台发行，覆盖20多个国家和地区，开创国产动画登陆美国NBC的先河，

形成全球传播矩阵。截至2024年，该系列动画已斩获包括山西省第十三届精神文明建设“五个一工程”奖、国家广电总局年度优秀动画片等30余项国内外大奖，成为山西文化出海的金字招牌。

《叽哩与咕噜》的成功，激励乐酷传媒创作团队创新创作出一批优秀的动画作品。从幽默风趣的地域动漫《小亲圪蛋之囧囧有神》、传递节气文化的水墨风动画《节气密码》，到以鲁班精神为灵感的创新题材三维动画《出发！鲁班小队》。截至2024年，《出发！鲁班小队》入选国家广电总局2023年电视动画重点项目，自创动漫品牌“小亲圪蛋”入选文化和旅游部重点动漫品牌建设与保护计划，成为山西省第一个获此殊荣的自创文化品牌，也是我省首个国家级重点动漫品牌。乐酷传媒动画作品在出海中出彩，加速山西动画走向世界，提升了本土动漫企业文化自信。



工作人员对动漫人物进行渲染

乐酷员工正在讨论动画制作细节