

频破纪录!

『哪吒』何以『炼』就?

2025年新春伊始,脚踩风火轮、手持乾坤圈、腰缠混天绫的神话人物哪吒,在大银幕上频创神话。电影《哪吒2》从2月7日登顶全球影史单一市场票房榜,到2月13日票房突破百亿元,再到2月17日票房突破120.52亿元,超《狮子王》票房成绩进入全球票房榜前十名,实现我国电影史上的历史性突破,现象级票房带来一连串文化冲击波。

《哪吒2》风靡全球,那么,“哪吒”究竟是如何“炼”就的?

根植传统: 中国的故事该由中国人自己讲

《哪吒2》的故事让人耳目一新,可这样的“哪吒”是如何诞生的?导演饺子表示,所有创作不是空中楼阁,文学经典是动画电影最大的文化IP,是创作的故事宝库和灵感来源。

主创团队形容创作过程是“面壁思过”。《哪吒1》主题是改变自我命运,《哪吒2》野心更大,想让哪吒改变世界。“沿用《哪吒1》的老办法,一个逻辑一天想不出来,就想一个月……”主创团队苦思冥想,相信只要坚持就能想出好逻辑。有了故事立意后,将其与大众所知所感融合,升级特效,解决了制作过程中的诸多难题。

“哪吒”电影创造神话的背后,是源远流长的文化积淀。从唐代《开天传信记》,到元代《二郎神醉射锁魔镜》,再到明代小说《西游记》《封神演义》,哪吒这一人物一直带有深厚文化底蕴。此前,影视创作者从传统文化中汲取滋养,推出《大闹天宫》《哪吒闹海》《哪吒传奇》等佳作。2019年暑期,《哪吒1》收获超50亿元票房。国产动画电影的崛起离不开对中国故事的深度挖掘,把经典中华美学观念融入当代动画电影创作,为创作者开辟了新可能。

《哪吒2》多元文化气息浓厚。在故事上,虽相比“哪吒闹海”有较大改编,但主要人物和情节来自经典作品,石矶娘娘等角色源于《封神演义》,海夜叉、敖丙版哪吒形象使用《哪吒闹海》经典元素;服饰造型、法宝、建筑风格、场景设计等彰显传统文化魅力,丰富的民族乐器为影片配乐添彩;“结界兽”形象源于三星堆遗址和金沙遗址的青铜人像,法器天元鼎、石矶娘娘的铜镜纹饰带有青铜时代的古朴神秘感。影片融入大量四川元素,让角色更生动,也让观众感受文化魅力。

《哪吒2》不仅展现文化传承,更延续了一种精神。从“我命由我不由天”到“若天地不容,我便扭转这乾坤”,哪吒追求自我、独立自主的精神品质和文化符号得到深化与升华。

紧扣时代:传统神话要讲出新意

中华文化需要传承,更需要创新。哪吒每一次“重生”,都是在时代变迁中讲述“中国故事”,背后是坚持守正创新,是探索文化和科技融合的生动案例。

饺子从小想当漫画家,大三那年从医学生转而自学三维动画,多年积累推出动画短片《打,打个大西瓜》。2015年,他投入《哪吒1》创作,五年磨一剑打造出新哪吒形象。《哪吒2》制作集合近140家动画公司、4000余名工作人员,中国动画人全力以赴。

在视听方面,《哪吒2》呈现震撼观影体验。剧本场景制作规模和难度空前,影片展现我国动画新高度,有“科技+文化”硬核基因。制作注重细节,如章鱼和鲨鱼将领的铠甲,锈迹斑斑且有战斗痕迹。制作团队不偷懒,像陈塘关大战1分钟打戏,美术概念画了半年。“洪流对战”中,锁链对海妖的束缚与影片主题相关,主创团队坚持保留。技术突破将传统文化与现代技术结合,如莲藕肉身塑造场景中,荷花与荷叶的东方美学通过3D技术生动呈现。

在形象塑造上,影片形象新颖,让故事表达深入人心。哪吒的“烟熏妆”、小动作、打油诗吸引青少年;太乙真人说四川方言,有喜剧色彩;土拨鼠、虾兵蟹将等形象丰富。

在情感表达上,亲情是哪吒从混世魔王成长为英雄的驱动力,殷夫人的牺牲是哪吒性格转变的关键。影片还打磨师徒情、兄弟情、友情等角色关系,增进观众共情,打通电影和观众的情感连接。



“一头六臂”哪吒形象

开启未来: 更多优秀传统文化IP“火起来”

2月14日,《哪吒2》在北美地区上映,预售票房超近20年华语片首周末票房纪录,展现中华文化魅力。

成都大学影视与动画学院副教授苟强诗表示,哪吒等“新神话”搬上动画银幕,但中国文学经典远不止这些,关键是用当代叙事艺术创造性表达,让经典焕发新活力。

好IP的培育需要好的土壤。十多年前,饺子的“饺克力”动画工作室规模小,在成都数字新媒体创新孵化基地帮扶下逐渐成长,后改名为可可豆并搬到条件更好的成都高新区天府长岛数字文创园。这里产业链聚集,《哪吒2》制作链上的关键企业分布在百米范围内,催生“硬盘直传”的高效协作模式,串联动画产业链上下游。

《哪吒2》让中国电影市场底气更足。片中高难度视效镜头,主创团队起初找国外顶级工作室制作,但未达预期。主创团队认为中华文化的审美风范要由自己打造。

从技术层面看,《哪吒2》折射我国动画电影成熟的制作能力,目前,中国三维动画的技术能力和制作实现能力已经在国际上处于领先地位;从票房表现看,影片观影人次超2亿,许多观众多次观影,海外观众和影评人也被吸引。

哪吒电影的出海,让中华文化的传播勇气更盛。《长安三万里》《黑神话:悟空》《哪吒》,创作者都坚持从中华优秀传统文化宝库中汲取灵感与养分,加强锤炼以新技术讲故事的能力,既带来创作新风向,也引领观影新潮流。

“作为探索文化传统和艺术创新结合可能性的一个成功范例,该片成为中国文化力量在全球兴起的一个新注脚。”在中国电影家协会副主席尹鸿看来,《哪吒2》的成功,反映了中国创意产业的蓬勃活力,文化遗产的持久魅力,以及中国故事吸引全球观众的广阔前景。

“哪吒”脚踏风火轮冲出国门,承载着古老文明在数字时代的旺盛生命力。我们期待更多中华优秀传统文化IP“火起来”,走出中国,走向世界! ③9 (综合新华社电、央视新闻)



“烟熏妆”哪吒形象