

是他,是他,就是他,少年英雄小哪吒

我国影史首部百亿元票房影片诞生

是他,是他,就是他,少年英雄小哪吒。

我国影史首部百亿元票房影片2月13日诞生。统计数据显示,截至当日晚间,电影《哪吒之魔童闹海》票房(含预售)达100亿元。

自1月29日正式上映以来,《哪吒之魔童闹海》已创造多项纪录:2月6日登顶我国影史票房榜,2月7日登顶全球影史单一市场票房榜……如今,影片票房突破百亿元,意味着它在全球影史票房榜上排名稳居前20位,并有望进一步提升。

业内人士认为,《哪吒之魔童闹海》的火热,既展现中国动画电影的高质量发展,也折射出我国电影市场的巨大潜力。这些亮眼的数据证明,观众对高品质的作品始终抱有足够高的热情,优质影片可以为电影市场发展注入强大动力。

在创作层面,主创团队注重从中华优秀传统文化中汲取创作灵感,同时与时代特色相结合。例如,片中“结界兽”形象来源于三星堆遗址和金沙遗址青铜人像,太乙真人形象被设计为一位会说四川方言、带有喜剧色彩的角色。

此外,《哪吒之魔童闹海》中角色数量是第一部的3倍,且角色建模更精致,皮肤质感更真实。片中特效镜头近2000个,主创团队达4000余人。

“影片故事很生动,角色妙趣横生,陪伴一代代人成长的哪吒故事有了新的讲述方式。”来自北京的观众董女士不久前和朋友一起“三刷”了这部影片,“精彩视觉特效所带来震撼的观看体验,让我每次走出影院都意犹未尽。”

值得一提的是,《哪吒之魔童闹海》已于日前登陆海外多地电影市场,向世界观众展现中国动画风采和中华文化魅力。

“近年来,中国电影产业蓬勃发展。作为创作团队,我们希望用动画的方式,让更多观众感受到中国传统文化的魅力。”成都可可豆动画影视有限公司总裁、电影制片人刘文章说。



这是在北京市朝阳区一家影院内摆放的《哪吒之魔童闹海》海报(2月13日摄)。

《哪吒2》破百亿元：三大因素缺一不可

《哪吒2》的成功有三大因素,缺一不可。

■中国观众热情托举中国电影走向世界

“《哪吒2》可以是70亿元、80亿元,但绝不能是90亿元。”

一生“不服输”的中国人,仅让哪吒的90亿元票房维持两天,就成功迈入百亿大关。

曾经看似不可能的“百亿票房”拼图,最终由中国观众的一张张电影票拼凑而成。

有网友说自己还没来得及参与“百亿补贴”,就破了纪录,现在最新目标是剑指全球影史票房前列。

小哪吒从东海一路“闹”到大西洋、太平洋……只见他脚踏风火轮冲出国门,去往更大的舞台闯一闯。

■中国创作者坚守初心、砥砺前行

《哪吒2》“百亿神话”的背后,离不

开主创团队历时5年的精心打磨,全国138家动画公司、4000多位动画人才的共同助力,实现了中国动画电影的跨越式腾飞。

在《哪吒2》的片尾字幕密密麻麻的主创名单中,我们似乎看到了中国动画行业的“半壁江山”:既有传统影视巨头,也有业内知名的专业动漫公司,更有许多名不见经传的中小型工作室。

每个团队都将身上最硬的一片“龙鳞”给了哪吒,为其打造出坚不可摧的“万鳞甲”。中国动画从来不是竞争者,而是同行者。

■中国传统文化滋养,结出新鲜果实

人们熟知的哪吒形象,主要出自两部明代小说——《西游记》和《封神演义》。

这个起源于印度佛教的神灵,不断经过中国民间传说的演绎和“本土化”文学创作,逐渐成为一个顶天立地的少年英雄——“哪吒”。

在传统“哪吒”的故事基础上,“魔童”系列的“哪吒”注入了当代社会新



新华社发 陈为编制

的情感价值。

无论是《哪吒1》里大喊“我命由我不由天”的自我主张,还是《哪吒2》中“若前方无路,我便踏出一条路”的豪情壮志,观众在新一代“哪吒”身上汲取到新时代自我成长与逐梦前行的勇气。

除了哪吒系列,近年来还涌现出一批依托中国传统文化强大IP的国产电影,《西游记之大圣归来》《长安三万里》《封神第一部:朝歌风云》……

源远流长的中华优秀传统文化,是创作者们取之不尽的灵感宝库,同时也为“二创”提供了广阔空间。如何在传统文化的肥沃土壤上,开出引起当代人共鸣的“花朵”,是创作者们需要用心探索的重要课题。

“百亿神话”的现实注脚

“魔童”的“魔力”当然首先发于大银幕。从5年前令人眼前一亮的《哪吒之魔童降世》到此番的“闹海封神”,这个脱胎于中国传统神话的IP于大银幕完成现象级蜕变。主创团队以“东方朋克”美学重构经典文本,将传统神话中的正邪对立转化为当代青年身份认同的隐喻。影片以黑眼圈、混不吝等“去神性”元素塑造了全新的哪吒形象,以此承袭传统神话中人们所熟悉的反叛哪吒同时,又将抗争对象从封建礼教置换为现代社会的命运枷锁,形成跨越代际的情感共鸣。

故事内核的精准触达人心和故事框架的有效丰富延展之外,《哪吒之魔童闹海》在技术层面的突破同样值得关注。如片中被称作“舍不得眨眼”的“洪流大战”,一个画面涉及2亿多个角色,千军万马似海浪般翻滚,但整体呈现出独特的东方审美韵律。据了解,整部影片共涉及1900多个特效镜头,上万个特效元素,且大部分为中国国

内团队制作,总体耗时5年,堪称重工业电影的典范。

正是始于大银幕的创作诚意和触达行业天花板的制作水准,令《哪吒之魔童闹海》不仅得以稳稳托住观众自5年前《哪吒之魔童降世》便寄出的厚望,更进一步,以口碑完成最初的破圈,成功开启现象级突破之旅。

此番《哪吒之魔童闹海》的层层破圈,吸引了众多多年不进影院的观众重回大银幕前,这背后,影片视效在大银幕上的吸引力,其内核对于时代情感的精准折射无疑助力良多,而在此之外,对于这部赋传统文化以现代化叙事的作品而言,在观众中引发的文化共鸣或更是起到了不容忽视的重要作用。

从故事到人物、从细节元素到整体架构,《哪吒之魔童闹海》对于中华优秀传统文化的挖掘呈现在解构新说中亦足够原味细腻。于是,从“结界兽”的来历到“哪吒为什么不姓李”,从中国道教的各分支力量如何,到无量仙翁

原型是谁……相关的解析和讨论连绵不断。在同样的传统文化根系之上,熟悉的元素带来心领神会,解构创新则更显张力,观众在影院体验到的文化共鸣由此延展至影院之外,相关的关注与讨论亦足以带来另一重共情与归属感。

客观来看,这部动画电影在叙事节奏、情节处理等方面或仍有提高空间,在时间轴上,该片上映仅16日,能否与经典同列亦尚待光阴予以评判,然而能够确定的是,属于“哪吒”的票房奇迹已为中国电影行业树立了新的标杆。

首先,从动画制作水准到宣发链条的成熟度,包括仍在推进中的各类IP周边开发,《哪吒之魔童闹海》都从某种程度上标注了中国电影文化产业上的巨大提升与进步。技术革新与文化自觉,商业逻辑与艺术追求,该片为中国电影完成了一次精彩且精准的平衡展示。

其次,《哪吒之魔童闹海》的票房

神话再一次充分呈现出中国观众对于此间大银幕所抱有的强烈期待,对于中国好故事的无比认同。这对于中国整个电影产业的提振效力不言而喻。

此外,随着《哪吒之魔童闹海》在海外陆续登上大银幕,这一携带“神话”光环的文化产品无疑将中国传统与现代的文化符号以极具存在感的方式再次呈现于全球视野,形成一次有益的“破壁”实践。而就在此刻,关于“急急如律令”该如何翻译,《哪吒之魔童闹海》各国国际版海报有何不同等话题的相关讨论已甚嚣尘上。对于文化传播而言,此种关注本身或已经具备了不可小觑的现实意义。

在众多现实注脚的支撑下,中国电影“百亿神话”今日成真,这既是中国国产动画与中国电影的里程碑,无疑更是对未来创作的更高挑战。对大银幕而言,用真诚的创作传承过往回应时代,以开放的心态拥抱多元,或许才是相关作品穿越热度周期、走向经典的真正秘籍。毕竟,人们需要的不仅是票房神话,更是属于这个时代的中国的宝贵文化记忆。

综合新华社、中新社