

从《哪吒之魔童闹海》看“中国风”的全球表达

2025年春节,中国动画电影《哪吒之魔童闹海》(以下称《哪吒2》)登顶中国影史票房榜,并携“东方魔童”开启全球上映。中国动画以科技为笔,饱蘸五千年文明的浓墨,书写出兼具民族性与世界性的故事。在技术与艺术的珠联璧合中,在文化自信与科技进步的相互激荡中,世界看到了一幅既原汁原味、又好玩好看的中国文化新图景。

目前,《哪吒2》海外上映计划覆盖澳大利亚、新西兰、美国、加拿大、日本、新加坡等多个国家。北美以及澳大利亚、新西兰等地预售火爆,部分场次一票难求,观众期待已经拉满。“以顶尖动画技术与深刻叙事重新定义了中国电影工业的高度”“重塑全球电影市场格局”,专业人士好评如潮。

《哪吒2》用科技为传统文化插上了腾飞的翅膀,掀起了一场视觉革命。影片将永定土楼、敦煌壁画融入场景设计,让混天绫的飘动轨迹暗合书法笔意——这种“新国风”美学,既非简单复刻传统,亦非一味迎合西方审美,而是以科技为媒介创造的文化“第三空间”。

影片将《山海经》中的神话元素与赛博朋克美学结合,重构了东海龙宫的视觉体系,传统水墨的晕染效果通过自主研发的“动态水墨渲染引擎”融入3D动画,让“蛟龙入海”的传说既保留古



典意境,又充满未来感。这种技术突破并非炫技,而是对中国文化基因的深度解码。

《哪吒2》的爆火背后,是中国动画产业链的全面升级。4000人团队耗时5年,以“死磕精神”完成从剧本打磨到特效合成的全流程闭环。影片所用到的渲染技术、动作捕捉技术也让中国动画完成了从“技术输入”到“标准输出”的转身。技术创新使得《哪吒2》能以日均数亿元的票房横扫市场,更让纽约时报广场的巨屏预告成为中国文化出海的实力宣言。

《哪吒2》以及之前爆火的游戏《黑神话:悟空》都是将中国传统神话故事以全新的叙事方式、国际化的美术风格呈现给观众。通过对经典形象的现代化塑造,使得中国文化受到全球观众和玩家的追捧。路透社称,《哪吒2》的爆火,印证了中国本土IP的强大号召力。人们看到,《哪吒2》和《黑神话:悟空》作为具有国际竞争力的作品,展现了中国文化的独特魅力,它们的成功让更多创作者意识到,中国文化不仅可以满足国内市场需求,还可以被全球共享。

“哪吒”和“悟空”携手,向世界人民展示了独具魅力的中华文化元素。这类作品所构建的新范式,颠覆了好莱坞的“文化猎奇”逻辑,也鼓励各文化主体重新审视挖掘自身传统,自信地营造百花齐放、文明互鉴的新图景。

当“哪吒”脚踏风火轮冲出国门时,他承载的不仅是角色的命运转折,更是一个古老文明在数字时代的新生。从《黑神话:悟空》到《哪吒2》,从虚幻引擎到动态水墨,中国正以“科技+文化”的双螺旋基因,深度参与全球文化格局的重构。这不仅是产业的崛起,更是文明对话的启航——在这里,混天绫舞动的是东方美学的韵律,而风火轮燃烧的是人类对创新的永恒渴望。

据新华社

石矶娘娘人设反转引热议——人心中的成见是一座大山



《哪吒2》中的石矶娘娘

“石矶娘娘人设反转”的话题近日在各大社交平台引起热议,起因是正在热映的《哪吒2》官方绘本中讲述了一个以电影中被哪吒带领的捕妖队收服的石矶娘娘为主角的番外故事,对石矶娘娘善良勇敢、不惧世俗眼光的个性进行了更完整地刻画。同时,随着众多观众对电影二刷、三刷,反复品鉴剧情,石矶娘娘的故事也被深入挖掘和分析,越来越多的人喜欢上了这个可爱的“妖怪”,也让人们对电影“打破心中成见”的主题有了更深刻的体会。

在大多数观众的印象里,石矶娘娘是2003版动画片《哪吒传奇》中喊着要“让妖怪横行天下”的邪恶反派角色。而电影《哪吒2》则让大家心里的这种固有印象,巧妙地变成了讲述“人心中的成见是一座大山”这一主题的一环。

当哪吒带领捕妖队铲平石矶娘娘居住的大山时,不少观众还在拍手称快,但当剧情逐渐展开,大家发现妖族、魔族中也不乏正义、善良之辈时,回想被收服的石矶娘娘,其实也只是个没做任何坏事的“宅女”。在她身上,人们甚至能看到不在魔镜的奉承前迷失自我的清醒,以及“留得青山在,不怕没柴烧”的乐观。

有网友特意创作了一幅漫画,画中还还原了电影中申公豹的高光台词:“人心中的成见是一座大山”,旁边则是变成小小石头人的石矶娘娘夸奖:“那很漂亮啦!”这幅漫画将整座大山都是石矶娘娘身体的设定和她乐天派的个性都巧妙展现出来,还对电影主题进行了一个回溯,获得了无数点赞支持。

电影上映后,导演饺子对石矶娘娘的人物内核进行过阐释:“她是一个心思单纯的、可爱的、憨憨的女孩子。她其实可以变化成任意的模样,可胖可瘦,她只是活在自己的世界当中,没有以别人的眼光来判定自己。”导演的话让许多观众恍然大悟——石矶娘娘完全可以成为主流审美中又瘦又美的模样,只是她遵从自己的内心和审美,不在乎世俗的眼光,选择了高大强壮的外表。

心中的成见,有时候甚至是在还未曾被察觉的时候就已经影响了我们的判断。通过石矶娘娘这样一个有趣的小人物,《哪吒2》也点醒大家,要常常反思自己,勇于纠正错误,才能打破这座“大山”。

吴旭颖

“一吒难求”的压力给到工厂！哪吒的“含金量”还在上升

连日来,国产动画电影《哪吒2》的票房一路高歌猛进、捷报频传。据网络平台数据,截至昨日18时,影片总票房(含预售)突破12.36亿美元,超过《速度与激情8》,排名全球影史票房榜第27名。另据网络平台数据,《哪吒2》已超过《小黄人大眼萌》的票房成绩,进入全球动画电影票房榜前六。

影片预售票在多地“一票难求”

《哪吒2》不仅在国内热度爆棚,在国外也引起了广泛关注,尤其是宣布海外上映计划以来,全球影迷的期待持续升温。自2月13日起,《哪吒2》将在澳大利亚、美国、新西兰、新加坡、马来西亚、印尼、菲律宾等多个国

家和地区相继上映。目前,影片预售票在多地“一票难求”。

当地时间8日,《哪吒2》在美国洛杉矶的好莱坞TCL中国大剧院举行北美首映礼,吸引了数百名“哪吒”粉丝和部分中美两国电影界人士参

与。《哪吒2》将从本月12日开始在北美地区开启特别点映,并于14日正式上映。

据悉,目前预售场次火爆,上座率达90%以上,多个热门场次电影票均已售罄。

《哪吒2》电影周边产品产销两旺

伴随着《哪吒2》的热映,哪吒的周边产品销售十分火爆,可谓是“一吒难求”,国产动漫出圈也让商家找到新的增长点。

在上海一家电影院货柜上,哪吒周边产品只剩下手办、盲盒卡、爆米花桶等,太乙真人款和魔丸款的系列玩偶杯销售火爆,现在只剩下几个灵珠款。

影院值班经理告诉记者:“很多热门的周边已经在春节假期售罄,这已经是我们第三批的补货。”

在上海静安一家动漫周边店里,哪吒的亚克力票根、捏捏乐都已经售罄。

销售端的火爆,让生产企业提早恢复生产。位于湖南湘潭的一家企业是电影《哪吒2》周边3D塑胶类食品玩具授权生产制造商,500多位员工大年初五就回到车间赶制产品。

湖南桑尼森迪玩具制造有限公司董事长杨杰称:5个工厂,大概有60条生产线集中马力,全部在生产国漫之光“哪吒”这个产品,月产量能够达到600万到800万个盲盒。

这位负责人告诉记者,过去企业主要依靠国外知名IP生产并出口周边玩具,这些年,随着国产动漫关注度持续提升,企业也随之开始布局国内市场。截至目前,企业生产的哪吒系列食玩手办,线上平台累计销售额突破2亿元,网络平台销售突破800万元。

据央视新闻客户端

