



影·评

《哪吒之魔童闹海》：
以热血之姿 破命运之局

□汪晓娟

截至2月25日13时，国产动画巨制《哪吒之魔童闹海》（以下简称《哪吒2》）总票房（含点映、预售及海外票房）已突破138亿元，超越《侏罗纪世界》《头脑特工队2》，成为首部跻身全球影史票房榜前八、登顶动画电影票房榜首的亚洲电影。这部现象级动画电影的成功，不仅创造了中国动画电影的新纪录，更展现了中国文化软实力的崛起。从IP改编到文化出海，从视觉特效到精神内核，《哪吒2》的成功，正是中国动画电影工业化体系成熟与文化自信的集中体现。

东方美学实现全新表达

在《哪吒2》中，哪吒这一经典形象经过现代演绎，焕发出新的生命力。影片在保留传统故事内核的基础上，对人物形象和故事脉络进行了大胆创新。哪吒不再是传统意义上的叛逆少年，而是被赋予了更多现代青年的特质：追求个性、渴望认同、勇于担当。这种改编既保留了传统文化的精髓，又注入了现代价值观，使不同年龄层的观众都能找到情感共鸣点。另外，太乙真人从严肃的师父形象转变为“酒蒙子”式的幽默角色，既增加了喜剧效果，又暗含了道家道法自然的哲学思想。

故事架构上，影片巧妙地将个人成长与家国情怀相结合。哪吒的成长历程不仅是个体意识的觉醒，更是对责任与使命的认知过程。这种叙事策略既符合主流价值观，又避免了说教式的表达，使观众在娱乐中自然接受价值传递。

《哪吒2》的视觉呈现堪称东方美学的集大成者。影片的场景道具融合了三星堆文化、唐代建筑艺术和宋代绘画等精髓，构建出一个既熟悉又陌生的神话世界。比如，玉虚宫的飞鸟原型来自三星堆的青铜鸟；屋脊两端的鸱吻是唐昭陵的鸱吻；玉虚宫的殿宇逼真再现了宋徽宗赵佶的传世名作《瑞鹤图》。这些细节不仅展现了制作团队对传统文化的深入研究，还体现了对中国美学精神的精准把握。

人物服饰的设计同样体现了东方美学的精髓。哪吒的经典穿着搭配——红肚兜和混天绫不仅是对传统形象的致敬，更通过现代设计手法赋予其新的生命力。太乙真人的服饰融合了道家仙风与民间趣味，宽袍大袖的设计既符合其仙家身份，又通过酒葫芦挂饰等细节凸显其幽默诙谐的性格。敖丙的龙族服饰则以蓝白为主色调，借鉴了传统水纹与云纹图案，既彰显其高贵身份，又暗示其与水族血脉的紧密联系。这些服饰设计不仅服务于角色塑造，还通过细节传递出深厚的文化内涵。

视听盛宴助力情感表达

《哪吒2》通过先进的IMAX技术和杜比全景声系统，为观众打造了极致的沉浸式观影体验。影片中的战斗场面气势磅礴，法术特效绚丽多彩，配合震撼的音效设计，让观众仿佛置身于神话世界之中。特别是片尾哪吒、敖丙与无量仙翁的终极对决，通过精细的画面调度和巧妙的音效配合，营造出令人屏息的紧张感，使观众完全沉浸在剧情中。

影片在技术层面的突破可谓令人瞩目。每一件道具、每一处纹理，甚至连角色衣服的细节、头发的飘动都力求真实自然。这种对细节的极致追求，不仅提升了影片的艺术品质，更增强了观众的代入感。

《哪吒2》的成功很大程度上源于其对当代青年精神世界的准确把握。前作《哪吒之魔童降世》中“我命由我不由天”的呐喊，道出了年轻一代的心声。此次影片继续通过讲述哪吒的成长历程，展现了个人与命运抗争的主题。这种抗争不是盲目的叛逆，而是在认清现实后的主动选择。影片中的经典台词“若前方无路，我便踏出一条路！若天地不容，我便扭转这乾坤”，不仅展现了人物的斗志和决心，更传递出积极向上、勇于担当的价值观。

在情感表达上，《哪吒2》突破了传统动画电影的局限。影片通过细腻的情感刻画，展现了亲情、友情、师徒情等多重情感维度。特别是哪吒与父母之间的情感纠葛，既有传统孝道文化的体现，又融入了现代家庭关系的思考，引发了观众的广泛共鸣。

《哪吒2》的成功不是偶然，而是中国动画电影工业化体系成熟的结果。从IP开发到文化表达，从技术创新到价值传递，影片展现了中国动画电影的全方位进步。这种进步不仅体现在票房数字上，更体现在文化自信的建立和时代精神的表达上。在全球化的今天，中国动画电影正在用自己的方式，向世界讲述中国故事，传递中国价值。

(作者单位：浙江广播电视集团)

复盘2025年春节档：

文化自信与产业创新交响

□本报记者 杨雯

2025年春节档电影市场热闹非凡，《哪吒之魔童闹海》（以下简称《哪吒2》）、《唐探1900》、《封神第二部：战火西岐》（以下简称《封神2》）、《蛟龙行动》、《射雕英雄传之侠之大者》、《熊出没·重启未来》6部影片联手托举，创造了票房95.10亿元、观影人次1.87亿的两项中国影史春节档新纪录，成为备受瞩目的文化事件。

近日，中国艺术研究院电影电视研究所在京举办“精神内核·叙事体系与影院性建构——从2025年春节档电影看中国电影的未来发展”研讨会，多位专家表示，2025年春节档电影的成功，是中国电影产业在文化自信、技术创新和产业生态等多个维度取得突破的集中体现。从传统文化的创新性转化到电影工业化的加速推进，从IP开发的深度挖掘到文旅产业的深度融合，春节档电影为中国电影产业的发展提供了宝贵的经验和启示。

IP改编：优势与隐忧并存

2025年春节档6部影片中，有5部为续作或改编作品，这充分体现了中国电影产业对IP的深度开发与高度依赖。《哪吒2》《封神2》《唐探1900》等系列电影的成功，不仅为电影市场带来了稳定的票房收入，也为电影产业的发展提供了新的思路。中国艺术研究院电影电视研究所研究员赵远指出：“影片对IP的创新策略，主要体现在类型的融合与叙事的升级，突破了传统电影的叙事模式，实现跨类型元素的整合。”这种创新性的IP开发策略，为中国电影产业的发展注入了新的活力。

尤其是《哪吒2》以神话故事哪吒闹海为蓝本，将神话、奇幻和灾难片元素相融合，通过现代化叙事，在传统神话故事中注入年轻一代的成长元素，赋予经典形象新的灵魂。中国艺术研究院副院长喻静评价：“《哪吒2》反映了近代以来历史叙事的改变，从革命叙事到现代化叙事，再到中国式现代化叙事，它真实地体现了马克思主义和中华优秀传统文化相结合的路径。”而《唐探1900》则结合悬疑和喜剧，加入民族抗争叙事，深化了IP的现实意义；《熊出没·重启未来》以科幻废土世界探讨环保议题，延续寓教于乐传统的同时注入新议题开发。

在IP开发的过程中，电影还注重与文旅产业的深度融合。《哪吒2》《唐探1900》等电影均引发了相关地域的文旅融合热。这不仅为中国电影产业的发展提供了新的增长点，也为地方经济的发展注入了新的动力。保利影业投资有限公司党委书记李挺高度评价了《哪吒2》，认为



它开拓了“IP+手伴+餐饮+文旅”等周边经济的新模式。

然而，多位专家同时提到，IP改编也暴露出一些问题，值得电影人深思。其一，原创力不足成为制约电影产业长远发展的瓶颈。其二，部分IP改编作品存在叙事弊端。如《封神2》剧情逻辑混乱，影响了观众的观影体验。其三，IP结构性风险与市场泡沫逐渐显现。市场对IP开发的狂热可能压缩中小成本电影、原创电影的生存空间，抑制行业创新活力。因此，我国电影工业基础设施建设位居世界前列，新技术的应用为电影产业发展提供了有力支撑。

工业升级：视效与内容齐飞

2025年春节档电影的火爆，标志着中国电影市场的复苏，也体现了中国电影工业在内容、技术、文化、商业模式等方面的系统性升级。

从产业协同来看，《哪吒2》依托光线传媒构建的动漫产业矩阵，联动全国138家上下游企业，实现了产业上下游的协同作战。文化和旅游部产业发展司司长马力表示：“《哪吒2》的成功只靠一家企业是做不到的，是中国动漫产业大协同的成功，是中国动漫产业集体的荣光。”这种产业协同模式为中国电影产业发展提供了有益借鉴，有利于整合资源，提升电影制作的整体水平。

新质生产力在此次春节档电影制作中得到充分体现。随着电影工业化的不断发

展，中国电影在拍摄技术、特效制作、后期剪辑等方面取得了显著进步。《哪吒2》的创作团队积极运用前沿的数字特效技术，打造出了震撼人心的视觉奇观。影片中，哪吒与敖丙的战斗场景、魔丸与灵珠的融合等特效画面，均展现了中国动画电影的高水准。正如马力所言：“《哪吒2》创作团队积极运用前沿的数字特效技术，主动拥抱新质生产力的生动成果，打破了动漫过去以少年儿童为主要受众的消费习惯。”《电影艺术》杂志主编谭政也认为，我国电影工业基础设施建设位居世界前列，新技术的应用为电影产业发展提供了有力支撑。

除了《哪吒2》，其他春节档影片也在技术创新上作出了积极探索。《蛟龙行动》通过先进的拍摄技术，为观众呈现了一个充满紧张刺激的军事行动场景。影片中的深海作战、特种兵训练等画面，展现了中国电影在军事题材创作上的新突破。《封神2》则在特效制作上追求极致，通过精心设计的场景和人物造型，为观众呈现了一个如梦如幻的神话世界。

后续接力：“年”与“日子”同在

春节档作为中国电影市场的重要档期，承载着合家欢、社交性等多重功能，因此也是“兵家必争之地”。只不过，大片的集中释放，会造成档期内影片数量过多，竞争激烈，导致部分影片口碑和票房不佳，资源浪费严重。

谭政认为：“春节档其实容不下那么多超级大片，两三部大投资再加两三部中等

投资，这是比较理想的市场结构，否则冲不进前三，整个舆论会将末端影片的缺漏无限放大，口诛笔伐。”华夏电影发行有限公司副总经理黄群飞也指出：“尽管大盘票房创新高，但观影人次的增速落后于票房增幅，票房结构的不稳定给市场、投资方和发行方都带来了不确定性。”

因此，虽然2025年春节档的“年”过得红红火火，可是各位专家提示，中国电影还需要过“日子”。如果档期票房集中度过高，全年仅依赖单个档期或少数影片的成功，将不利于市场的长远、健康发展。

黄群飞建议，电影产业应合理规划档期，分散影片上映时间，避免过度集中在少数档期上；不同类型、不同规模的影片提供更多的市场机会。“制片方与发行方在档期选择上应更多考量影片投资回报等因素，合理安排档期。”例如，具有合家欢属性的电影更适合在春节档上映，而一些文艺片、小众题材电影则可选择避开竞争激烈的档期，寻找更适合自己的放映窗口。

可以看到，除了在国内收获满满之外，今年春节档部分新片还走向海外，在海外市场引发了广泛关注，成为中国文化走向世界的重要载体。正如北京电影学院研究生院院长王海洲所言：“如今电影影像创作越来越长于完美，这仅仅是个基础。一部影片要能够让人民共情，能够在世界上引起国际关注，需要主创考虑到国内、国际形势，具备宏大的国际文化视野。”只有这样，中国电影才能在全球文化产业中占据一席之地，为中国文化的繁荣发展作出更大的贡献。

传统文化题材成动画电影“香饽饽”——

在五千年积淀中，持续挖掘新意

□本报记者 齐雅文

全球动画电影票房冠军《哪吒之魔童闹海》（以下简称《哪吒2》）又有了新纪录：2月22日起，电影在港澳地区超过60家电影院全线上映。由于之前预售火热，两地院线纷纷增加排片量，目前已经由原来计划的500余场增加至超过800场，规模创下港澳两地影史之最。

近10年来，中国动画电影发展进入复兴期，其中代表性作品有《西游记之大圣归来》、《哪吒之魔童降世》（以下简称《哪吒1》）、“白蛇”系列、《姜子牙》、《长安三万里》等，很多都是以传统文化为题材改编而来。家喻户晓的神话传说、传统故事经过全新创作还能取得成功的“秘诀”，不仅在于其对传统文化的创新表达和日益进步的动画制作水平，更在于其对现实社会的深刻关照。

传统故事注入现代价值观

纵观近年来的动画电影，即便是传统文化题材，也都是传承的基础上，与当下进行结合，实现多方位创新。

中国动画学会产业创新委员会秘书长、浙江传媒学院动画与数字艺术学院教授雷涛总结说，在传承性方面，《哪吒2》延续了《哪吒1》中叛逆勇敢、不屈不挠的精神，依然保留了哪吒与命运抗争的主题，强调“我命由我不由天”的价值观。这和中华优秀传统文化中自强不息的精神一脉相承。《哪吒2》中对家庭亲情、师徒情谊、朋友友情的深刻刻画，也延续了中国传统文化中的情感伦理观念，尤其是家庭亲情。

在创新性方面，雷涛谈到，《哪吒2》赋予了传统神话故事对于现代社会的映射，增强了对现代社会各个群体的投射

以及状态描绘，并在故事中融入了对现实生活中不同群体所存在的挫折、迷茫等情绪的积极引导。

中国美术家协会漫画艺委会委员、杭州师范大学动漫史研究专家李保传也谈到了《哪吒2》中的多个角色。综观影片中的人物设定，皆以反转示人，如申公豹的外形之恶、无量仙翁的外形之善，两者成为引导剧情反转的两大主线，充分阐述了所谓的善与恶皆因角度与环境的不同而产生交替，从而引发观众的思考。他回忆，早期的动画电影在很长一段时间内，在对正面人物和反面人物的塑造方面有着约定俗成的“样板”法则，观众往往看了开头就知道了结尾。随着观众审美需求的提高，电影中的角色也在产生变化，《哪吒2》就是很成功的案例，告诉观众不要被外在的形象所迷惑。

《姜子牙》中时而迷茫和自我质疑的姜子牙打破传统叙事中运筹帷幄的智者形象，更加贴近现代普通人的生命体验；《西游记之大圣归来》巧妙地将传统的神性与人所面临的人性困境相融合，为孙悟空构建了一个充满“中年危机”色彩的成长叙事；《长安三万里》以独特的切入点展开故事情节，设置人物形象，精准切合文化自信的现代价值观……这些取材传统文化的动画电影，都很好地将现代价值观融入其中。

视效需服务于剧情

在《哪吒2》的片末字幕中，滚动出现了138家动画制作团队，超过4000名动画师曾为《哪吒2》工作。重要的是，他们全部来自中国本土。就像饺子导演曾经说的那样：“哪怕我们找到一些国际上

顶级的视效制作团队，但因为是中国的项目，也不一定分配顶级的人员，国内的团队用心打磨，取得了最好的效果。”动画电影的成功，其特效、动画的打磨是重要的一环。

动画是画出来的电影，美术起主导作用，在一定程度上决定了一部动画电影的成败得失。李保传表示，如今动画电影中加强特效特效的使用，并非传统动画专属，这是由“动画”和“电影”的双重属性所决定的。

电影不同于小屏幕的电视，尤其是在一些巨幕影院中，如果动画电影的镜头画面单薄，在内容上缺少一定“量”的视觉冲击，必然撑不起大银幕的视觉观感。因此，李保传认为，必要的特技和特效可以有效地丰富画面。另外，动画本身是高度假定性艺术，特技或特效所形成的视觉奇观必须极其符合假定性的视觉要求，二者才能相辅相成。“当然，所有特技和特效都要为剧情服务，纯粹的炫技只会引发观众的视觉疲劳，削弱剧情及人物的塑造。”李保传说。“特技和特效永远是后面的0，剧情是前面的1。特技和特效一定要服务于剧情，剧情为核心，绝对不能喧宾夺主。”雷涛也表达了同样的观点，他认为，特技和特效应该服务于剧情走向、情感渲染和人物塑造，最主要的就是服务于剧情。

雷涛将其传统文化题材动画电影成功的“不二法门”总结为四点，除了跨时代的价值感、精良的制作与视觉效果，还包括深刻的情感和主题，以及创新的叙事形式和表现形式。

放眼更大的原创舞台

“白蛇”系列取材于许仙与白娘子的

中国传统爱情故事；《姜子牙》取材明代神魔小说《封神演义》；《西游记之大圣归来》取材于四大古典名著之一、明代经典小说《西游记》；“雄狮少年”系列展现了中国传统舞狮文化和武术的精髓；《长安三万里》从唐代诗中挖掘选题，讲述了不一样的李白和高适故事；《大鱼海棠》将《逍遥游》《诗经》《山海经》等中国古籍中的形象与故事结合，以福建传统土楼、麻片、唐装、陶笛等中国独有的文化产物在情节中作承接……近年来，这些传统文化题材的动画电影都掀起不小的波澜，传统文化贯穿于整部影片始终。

李保传谈到，传统题材流传于不同时代，各有演绎，IP成熟，时演时新，粉丝受众面广，具备良好的观众基础，加上良好的宣发，容易成为影片获得市场成功的重要保障，但动画电影的题材不只有传统文化。

雷涛认为，传统题材动画电影的创新，要深度贴合社会和时代变化的特征，以及时代人物面临的各种问题，跟着时代需求的频率走，同时精心打磨、匠心创造。“创作团队要非常敏锐地观察到时代和社会的需求，再以观众喜闻乐见的形式和题材去创作内容，这是最好的创新。”

“传统历史故事和神话传说的改编，哪怕改编得再好，映射了再真切的社会现实，也还是局限在一个既定的圈子里。如果仅仅是这种题材持续输出爆款，我认为对于动画电影的限制还是过大了，也限制了中国动画电影走出去。”雷涛建议，创作团队应该积极运用现代化创作手段，开发原创剧本，积极尝试现代、未来科幻等题材，不局限于孤例，规模化输出爆款，这样才能百花齐放，真正形成中国动画电影的多样化发展和繁荣。