



《怒水西流》： 以黑暗折射阳光

□本报记者 齐雅文

在犯罪悬疑作品中，未完结的案件总是能够牵动观众思绪，这也是近年来众多悬疑作品采取的常见做法。于3月22日上映的影片《怒水西流》，就以一桩看似寻常的刑事案件作为引子，追溯到20年前，逐步揭开了隐藏在平静表象下的阴暗面。

电影《怒水西流》以一种非线性的叙事手法，将故事拆解成多个时间线，通过不同角色的视角逐一展示事情的真相。这样的叙事技巧不仅加深了观众的代入感，也让观众在拼凑事实真相的过程中，不自觉地与角色发生情感共鸣。

情节塑造观照现实生活

电影讲述了养猪场兽医于娜（陈都灵饰）夜行失踪，牵出了20年前的一桩旧案。当年身陷此案的刑警冯泰山（宁理饰）收拢线索，逐渐将疑点指向养猪场雇主闫慧茹（刘敏涛饰）一家。大儿子张晓军（王迅饰）与小儿子关小伟（段博文饰）的行为颇为怪异，女儿张晓娟（吕晓霖饰）的冷漠似乎也有着不为人知的一面。在真相背后，隐藏着那个更加血腥残忍的秘密。

很多犯罪悬疑作品中的案件和情节都指向了现实，《怒水西流》也不例外。影片不仅聚焦罪案本身，更借由剧情探讨许多社会议题。该片编剧、导演冯勇沁接受《中国新闻出版广电报》记者采访时表示，影片的创作缘起于自己曾看到的一则社会新闻，即黄浦江松江段水域漂来很多死猪，背后原因是当时暴发的猪瘟疫所导致。“我很好奇，它们身上是不是藏着什么秘密？以此为灵感，我想到‘爱的贫瘠’本身也好似一种瘟疫，如果把它当成一个起点的话，就会像滚雪球一般，滚出各种各样的罪恶，但人心中的那束光终究会一直在。”冯勇沁说。

影片中，许多社会议题被广泛讨论，例如女性安全、熟人作案、冷漠之恶等等。针对女性安全这一点，冯勇沁就感触颇深，影片中的于娜作为一个花季少女，在走路路时失踪，给人以不安的感觉。他提到，影片中展现了一些双方人物对抗搏杀的情节，但对女性的攻击则是一种凌弱行为，更让人的心情难以平复，并希望引起观众和社会的关注与重视。

除了女性安全，影片中所体现的冷漠之恶也引发了观众思考。“影片中的冷漠之恶也是‘爱的贫瘠’的体现，人物因为长期缺少家庭的爱，会形成固定的、麻木的认知，做出错误的行为。希望借这些情节，戳到观众内心深处的感情，引起大家的关注。”冯勇沁说。

角色反转揭示多面人性

影片中，张晓军长期遭到父亲的家暴，导致听力受损。闫慧茹作为其母亲，为了保护儿子，也做出了犯罪行为。诸如此类的人物故事在影片中还有多个。大家都并非没来由的恶，而是自己先遭受过伤害，然后再作恶。角色的立体双面性，观众在看时会感受到，一个角色看似无辜，但其背后藏着秘密；另一个角色看着可疑，但可能其实是个受害者。这样一来，影片中似乎没有特别明显的“好人”和“坏人”，善恶的界限变得模糊，让人越看越紧张，猜不透接下来会发生什么。

不少观众看过后，也纷纷将反转作为主要感受。就像导演刘江江在首映礼上说的那样：“自己好久没缓过劲儿来，悬疑感让我一直在猜最后是个什么‘谜底’，影片的悬疑做得很成功。”

对于影片中角色的双面性，冯勇沁表示，这并非刻意的设计，而是随着剧情的发展、各个角色的动机自然而然地展现，最终形成了现在的人物形象。他举例说，就像影片中的关小伟，观众可以看到他从一个人变成“恶鬼”的整个过程，角色整体呈现出更饱满的状态。闫慧茹在长期遭受丈夫的家暴后，不知不觉也会采用极端方式保护自己的儿子。总之，故事里所有人的“恶”都是有根源的、可追溯的。

在影片首映礼现场，大幅海报前摆放着一片芦苇丛。这是影片中的代表性场景，与江水、雨夜、建筑等共同构建起了“江城”，呈现出一幅潮湿的南方城市图景。冯勇沁表示，影片最开始的名字并非《怒水西流》，如今的“怒水”“西流”分别寓意着愤怒和逆流，更契合影片的风格和调性。“生命中难免会遇到暗夜，不论什么时候，希望大家都要保护好自己心中的那束光。”

“唐探”“误杀”系列电影IP解码

用全球故事激荡百亿市场

——访壹同制作副总裁、《唐探1900》总制片人范霞

□本报记者 杨雯

2015年，《唐人街探案》诞生，此后的10年里，这个系列“生长”出4部院线电影。正在上映的《唐探1900》，目前累计票房超过35亿元，累计观影人次超过7000万，而整个“唐人街探案”系列（以下简称“唐探”系列）的累计票房更是已超过120亿元，累计观影人次约2.8亿。

除了“唐探”系列这个10年老字号电影IP，壹同制作还打造了电影“误杀”系列，3部作品分别于2019年、2021年、2024年上映，5年时间三夺贺档票房冠军，如今系列总票房已超过33亿元。

可以说，“唐探”系列已经是国产商业电影IP的范本，“误杀”系列也在犯罪悬疑赛道闯出了一片天地。它们是如何一步一步裂变而来的？与中国电影市场这10年来的发展又是如何共振的？在海外拍摄、制作、推广期间遇到了哪些难题？带着这些问题，《中国新闻出版广电报》记者采访了壹同制作副总裁、《唐探1900》总制片人范霞。

与对应时代的观众对话

从时间上看，“唐探”系列已经走过了10年，“误杀”系列也已经走过了6年。尽管岁月更迭，观众口味也一直在变化，这两大电影IP却能够实现稳定“输出”，持续取得优秀的票房成绩和口碑。

秘诀在哪里？“能够风靡很多年的系列电影，每一部都要与对应时代的观众对话，需要让观众够感受到创新。”这是范霞的答案。

具体来看，“唐探”系列一直都是喜剧、动作、悬疑的复合类型，讲述的都是华人在海外寻找真相的故事。今年，《唐探1900》没有简单重复已被验证的模式，而是进行很多新的尝试和突破，不仅在地域上进一步拓展，更重要的是在时间维度上进行了大胆创新，通过讲述100多年前的故事，为“唐探”系列注入新的活力。

“此次《唐探1900》穿过历史，回到唐人街诞生之初，以喜剧为外壳，以悬疑为骨架，以爱国情感为灵魂，清晰地展现了华人在海外的历史发展脉络。”范霞表示，从制作层面来说，这是主创团队对于华语电影IP可持续发展的一次探索，为“唐探”系列电影打开一条新航路；从创作层面来说，则是主创团队对唐人街历史和文化意义的进一步深度挖掘，在满足大众观影需求的娱乐元素和严肃、深刻的主题探讨上达成融合与平衡。



“误杀”系列亦是如此，其打破类型套路，开创“犯罪悬疑+现实主义”全新叙事框架，由此凝聚社会价值传播力。“误杀”作为题眼在3部作品中侧重各异：《误杀》里，“误杀”是一次意外事件，侧重父亲帮女儿脱罪的巧思，聚焦于校园霸凌和未成年受侵害；《误杀2》里，“误杀”是一种手段，侧重父亲如何利用误杀拯救儿子，聚焦于权力蔑视规则与司法对于资源的拦截和掠夺；《误杀3》里，“误杀”则成了借口，更多探讨的是什么造成了误杀，聚焦于儿童贩卖。“这种议题随社会不断迭代，又落点现实的表达，让‘误杀’系列总能与时俱进。”范霞总结道，“误杀”系列通过“强类型、重情绪、快反转”找准了类型定位、满足了观众的心理，形成了独特的IP特色：以虚构、架空的国家或地区为框架，在其中勾勒犯罪悬疑与社会关怀。主创班底得以不断在“亲情复仇”的主线叙事框架下，融入独到新锐表达，以保障系列新作每次都能给予大众更新的观感。

努力实现“中国故事，世界表达”

《唐探1900》不仅在春节档给无数中国观众带去欢笑、刺激的探案旅程，同时也在全球众多国家和地区掀起一场别开生面的“全球贺新春，阖家看唐探”的风潮。影片目前已在全球范围内的将近20个国家和地区上映，包括美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、新加坡、马来西亚以及中国港澳地区，并且上映版图还在持续



扩大，让更多国际观众感受到中国电影、中国文化的魅力。

范霞回忆，为了让海外观众能够更好地理解《唐探1900》的内容和主题，团队进行了很多尝试，努力实现“中国故事，世界表达”。比如，制作了法语字幕版、葡语字幕版等当地语言的版本，借此降低海外观众的观影门槛，让他们更容易尝试观看影片。又如，在英国当地进行了深度的推广合作，充分调动了英国当地的唐人街资源，包括走访了英国当地的华商企业家、中文学校老师、老华工后代等，他们与影片的主题深深共鸣，使得影片口碑迅速发酵传播；联动当地各大学的中国学生会组织、当地中餐厅、当地外卖平台，线上定制了影片主体的各式物料，线下也制作了多款英国限定的影片周边，包括筷子、招财符等等，充分调动和吸引了当地观众；在伦敦西区、莱斯特广场等地标场所进行了影片大屏广告的投放，在整个伦敦都在庆祝中国春节的同时，对影片进行最大程度的曝光。这些做法帮助《唐探1900》在英国和爱尔兰取得了亮眼的票房成绩，开画日票房创下近17年来华语电影在该地区的最高纪录。其中，伦敦BFI IMAX首映活动门票更是在10分钟内售罄。

范霞认为，“唐探”系列在海外取得的成绩，不只体现在票房数字上。“长久以来，唐人街都是中国文化对外输出与交流的窗口，如今，讲述唐人街故事的“唐探”系列也在文化输出与交流领域展现出

蓬勃的生命力，让中国文化得以更广泛、更深入地走向世界舞台。这一点更让我们欣慰。”

电影工业化升级探索

“唐探”系列前三部转轱于曼谷、纽约、东京取景拍摄，而《唐探1900》则实现了全程国内置景与拍摄。在范霞看来，这不是一次简单的“转场”，而是标志着中国电影工业化的显著进步。

为真实还原1900年旧金山的风貌，《唐探1900》剧组迎来了破天荒的一次创作经历——在山东德州乐陵市从无到有地建造出一座旧金山城。为此，美术团队收集了上万份资料，对应电影节规划出旧金山中央大道、唐人街、欧洲街这三条主干道，总共设计出228栋风格不一、各具特色的建筑体，单是置景组就多达722人。值得一提的是，这座旧金山城不同于常见的临时布景，而是由中建二局的建筑团队用钢筋混凝土1:1真材实料建造，实体建筑近200栋，参与施工建设的各部门多达6000人。

“我们和时间赛跑，从设计到完成仅用了9个月时间，可谓是以‘中国速度’为《唐探1900》建成了一座旧金山城。”范霞说。

如今，这座旧金山城的场景已经保留下来成为了影视基地，在精彩的电影之余，给观众和游客们留下了具有文化价值和探索意义的场景，供大家阅读、研学和探索。范霞认为，这是“唐探”系列电影工业化的升级探索，是对于中国电影的外延价值挖掘的一次尝试，更是与文旅产业的一次双向奔赴。“通过精湛的制作技术与本土资源的整合，相信大家不难从中看到‘唐探’系列，乃至中国电影在全球视野下的创作自信与产业升级。”

从全球视角来看，在电影工业化的浪潮中，系列IP发展已成为重要趋势，类型化创作、文化意义、情感价值与社会议题则是系列IP发展需要考虑的重要因素。“唐探”系列和“误杀”系列，在中国电影工业化和中国文化出海的进程中不断进行探索尝试，并共同见证了中国电影市场和中国电影工业相互赋能、双向共赢的时代。“我们相信，随着中国电影工业的发展，会有更多的华语电影IP闪亮登场，通过更开放、更多元的故事，为观众带来更多精彩且有深度的作品；同时也会有更多中国电影走向世界舞台，去进行更大范围、更深远的文化交流与互动。”范霞说。

《哪吒2》进入全球影史票房榜前五

单点爆发后，可否带来生态激活？

□高凯

2月6日，上映8天5小时登顶中国影史票房榜冠军；2月9日，成为中国影史观影人次冠军；2月13日，全球累计票房达到100亿元；2月17日，全球票房进入全球影史票房榜前十；2月18日，影片累计票房成为全球动画电影票房冠军；3月15日，进入全球影史票房榜前五……蛇年新春伊始，中国动画电影《哪吒之魔童闹海》（以下简称《哪吒2》）的神话即冲破大银幕，开启了一段至今尚在熠熠生辉的神奇之旅。

事实上，当《哪吒2》脚踩风火轮般不断刷新各项纪录之时，其票房数字早已不再局限于衡量商业成功与否的计量单位。从一部大银幕上的优秀作品，到一场全社会参与的超级文化现象，从某种层面而言，成就《哪吒2》此番票房神话的众多因素早已超越电影本身的范畴。当这一神话之光照回现实，对于当下的中国电影生态而言，其价值亦已超越单一作品的范畴，关注点或更在于其单点爆发之后可否真正完成一次具有效力的良性激活。

协同进化带来票房奇迹

从大银幕上的技术与叙事到大银幕外的宣传与周边开发，《哪吒2》完成了一次“系统创新”，背后是颇具带动意义的从创作端、技术端到资本端的协同进化。

《哪吒2》以1900余个特效镜头、2万余个特效元素的视觉奇观，重新定义了国产动画的技术标准。片中陈塘关大战场景中，上万根锁链在流体动力学计算下的精准运动轨迹，不仅突破了国产动画的物理模拟技术瓶颈，更标志着中国电影工业开始形成自主可控的复杂特效解决方案。

影片的技术升级直接推动了产业格局的演变。数据显示，该片特效制作涉及国

内27家动画公司、逾1600名技术人员，这种产业集群式协作模式，成功地将原本分散的制作能力整合为系统化的工业流程。当影片中锁链难题的攻克经验转化为可复用的技术模块，中国动画工业开始从代工生产转向核心技术研发。

而当这种转变在影院特效厅70%的票房产出占比中得到市场验证，更进一步证明技术升级与商业回报已形成正向循环。

与众多大银幕上的成功作品类似，与高质视听体验形成相互托举的是《哪吒2》的故事讲述。其文本策略揭示了一种传统文化IP的现代化转译范式。影片将“剔骨还父”的古典悲剧内核转化为现代传统文人的身份焦虑议题——哪吒与敖丙的“灵珠魔丸”共生设定，既暗合道家“阴阳相生”的哲学观，又隐喻当代青年个体与集体的身份撕裂。从“急急如律令”的咒语考据到龙族造型的纹样研究，影片埋设的文化符号形成解码乐趣，推动观影行为向文化参与演变。当观众在社交媒体探讨“哪吒为何不姓李”时，传统文化通过趣味化阐释实现了代际传播，这种“考据式观影”现象，为文化IP开发提供了从消费到再生产的完整路径。

这种策略成功激活了观众文化记忆中的现代共鸣。猫眼研究院数据显示，影片二刷观众占比达34%，其中72%的观众表示“为发现隐藏文化细节而重看”。对于产业而言，影片对于“传统文化现代阐释—观众互动解码—IP价值增值”闭环的探寻，或可为后续IP开发提供可复用的方法论。

观影热情提振市场信心

2024年中国电影总票房425.02亿元的低迷，曾一度引发“观众不再爱看电影”的论调。而《哪吒2》自上映以来，以日均破亿的惊人速度刷新影史纪录，首

周末即突破15亿元大关，不仅延续了2019年《哪吒之魔童降世》的辉煌，更在疫情后中国电影市场的复苏进程中树立起标杆。

《哪吒2》的票房神话再一次呈现出中国观众对于大银幕所抱有的强烈期待，对于中国好故事的认同。与此同时，这部续作的现象级表现背后，亦折射出中国观众审美取向的深刻变迁——从对好莱坞大片的技术崇拜，转向对本土文化内核的深层认同。这种转变既源于中国电影工业体系的成熟完善，更根植于民族文化自信的觉醒，在某种层面上，或也标志着中国电影市场已进入从量变到质变的关键转折期。

《哪吒2》的票房曲线或揭示了新消费逻辑对产业端的倒逼机制。其工作日75%的上座率、次周23%的票房逆跌，印证了社交货币主导的新型观影决策模式。宣发团队构建的全域内容生态，通过动态海报、声音剧、条漫等多种衍生形态，将文化元素转化为可传播的数字资产，实现了从映前营销到长尾运营的闭环。

可以预见，这种模式或将成为在未来推动此间行业内的多个新趋势。其一是对传统文化解码的重视，《哪吒2》再次证明善于挖掘呈现传统文化的当下现实意义；其二是对于“深耕细作”生产优质内容模式的认可与接受，《哪吒2》历时5年，从故事人物到画面细节，创作团队均做到了全力以赴，当投资方开始接受5年制作周期的商业模式，中国电影或将进一步摆脱“短平快”的生产惯性，进一步认清“内容为王”的不变铁律。

产业创新突破路径依赖

目前，《哪吒2》已经以超150亿元的

票房站在全球影史票房榜的第五位，无论继续进阶之路如何，其神话已经写就，而当这一票房奇迹最终落幕，中国电影市场也将站在关键的十字路口。“高票房奇迹是透支需求还是激活潜力”，将成为研判后续市场走向的逻辑起点。

在现象级作品引发的“共情经济”退潮后，市场的真实温度或将取决于产业系统能否完成从“单点爆发”到“生态激活”的质变。

《哪吒2》创造的超3亿的观影人次，一定程度上是对存量观影需求的一次集中释放。应该看到，其现象级市场表现中起到关键作用的“社会共情点”具有不可复制性，当这种情绪势能耗尽后，市场必然面临回调压力。

与此同时，不可忽视的还有此番空前热度有可能带来的类似“创新惰性”风险——若将此番票房奇迹简单归因为传统神话IP+视觉奇观，少年主角+反抗命运的叙事模板则可能导致新一轮同质化竞争。这方面，如何突破路径依赖或是产业面临的重要命题之一。

从某种角度看，《哪吒2》的票房神话对于当下的中国电影生态更多是一次有益的激活，其现象级强光引发的市场变局，或令这场始于文化共情的胜利，得以推动整个产业完成进一步重构与进阶。

当行业学会在热度消退后依然保持创作敬畏，在资本退潮时继续投入技术研发，在全球化竞争中坚守文化主体性，所谓的压力或将成为去除虚火的理性回归，更将进化成为内生动力培育的必然结果。

神话的意义不在于复制奇迹，而在于证明“可能”，当产业各方真正理解这份“可能”的重量，中国电影市场的下一个春天注定不会遥远。