

频破纪录!“哪吒”何以“炼”就?

根植传统

中国的故事该由中国人自己讲

银幕上,哪吒系列故事让人耳目一新;银幕后,哪吒这一文化现象的讨论持续热烈。电影长达两个半小时,却始终扣人心弦。许多观众都有疑问:这样的“哪吒”到底是如何诞生的?

多次走近《哪吒2》制作团队,记者感悟到,这不是攀登一两座高峰,而是攀登无尽的山脉。“所有的创作都不是空中楼阁,需要扎根于自己身处的环境和土壤,汲取养分。”导演饺子说,“文学经典是动画电影最大的文化IP,应该成为创作的故事宝库和灵感来源。”

“哪吒”电影创造的神话背后,正是源远流长的文化积淀。

应运而生的《哪吒2》,多元文化的气息扑面而来。

历史在“说话”——

虽然《哪吒2》的故事相较于大家熟知的“哪吒闹海”有了较大改编,但主要人物和情节均来自经典作品。片中石矶娘娘等角色来源《封神演义》,海夜叉、敖丙版哪吒形象均使用诸多《哪吒闹海》的经典元素。

文化在“说话”——

哪吒的服饰造型、太乙真人的法宝、海底龙宫的建筑风格、昆仑仙境的场景设计等,处处彰显出传统文化的独特魅力。侏离大歌、唢呐、呼麦、大三弦、坝……丰富的民族乐器为影片配乐添彩。

文物在“说话”——

片中“结界兽”形象,来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……

“在影片创作过程中,融入了大量的四川元素,让观众印象深刻。”成都可可豆动画影视有限公司总裁、电影制片人刘文章介绍,这样的改编,让角色更生动有趣,也让观众在轻松的氛围中感受到文化的魅力。

细节《哪吒2》的精神内核,不仅展现了文化的传承,也代表了一种精神的延续。

“春节看哪吒,是独属于中国人的仪式感”“哪吒的故事之所以能够代代相传,就是因为他有着打破世俗偏见的反叛精神”……互联网上,观众一字一句,分享自己的观影感受。

从“我命由我不由天”口号,到“若天地不容,我便扭转这乾坤!”的呐喊,哪吒所代表的自我、独立自主的精神品质和文化符号,在影片中得到了进一步的深化和升华。

事实证明,越是植根文化的经典,就越具有长久的生命力。

紧扣时代

传统神话要讲出新意

一路走来,哪吒每一次“重生”,都是在时代变迁中讲述“中国故事”。这一文化形象历久弥新的背后是坚持守正创新,这是传统文化旺盛生命力的缩影,也是探索文化和科技融合的生动案例。

这是一群为了动画同向奔赴的“追梦人”。《哪吒2》的制作,集合了近140家动画公司,4000余名工作人员。参与其中的创作者形容,中国动画人闻声而动,就像是参加动画界的奥运会,使出“十八般武艺”,力争拿下心目中的

哪吒,一个脚踏风火轮、手持乾坤圈、腰缠混天绫的3岁孩童,中国人再熟悉不过的神话人物,在2025年新春伊始,频创神话。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15日票房突破110亿元排名全球票房榜第11位,电影《哪吒2》实现了我国电影史上的历史性突破,现象级票房更带来一连串文化冲击波。

《哪吒2》风靡全球的背后,凝聚着4000余人主创、近140家中国动画公司、2000个日日夜夜的创意和心血。以导演饺子为代表的创作团队拧成一股绳,创出一条路,展现着中国动画的“新势力”。

从“我命由我不由天”,到“若前方无路,我便踏出一条路”。台词道出的,是电影创作的文化自信,彰显中国人勇敢、无畏的精神力量。“哪吒”何以“炼”就?



观众观看电影《哪吒之魔童闹海》。

那块“金牌”。

——更精彩的视听,呈现震撼人心的观影体验。

从制作层面看,《哪吒2》展现出我国动画的新高度:“科技+文化”的硬核基因。

记者采访了解到,片中场面宏大的“洪流对战”,因制作难度大、工期紧张,主创团队曾犹豫能否把海妖身上的锁链去掉,或者换成若隐若现、时隐时现的方式。“但锁链对海妖的束缚与影片主题息息相关,在这上面我们不能退步。”刘文章说。

“技术上的突破,不仅体现在视觉效果提升,更在于将传统文化与现代技术有机结合。”四川传媒学院数字媒体与创意设计学院教授黄丹红举例,莲藕肉身塑造的场景中,荷花与荷叶的东方美学气息通过3D技术得以生动呈现。这种融合不仅提升影片艺术价值,也为中国动画电影发展提供了新思路。

——更新颖的形象,让故事表达深入人心。

影片中,哪吒的“烟熏妆”、小动作,乃至口中的打油诗等,很快吸引了一批青少年“粉丝”;太乙真人被设计为一位会说四川方言、带有喜剧色彩的角色;土拨鼠、虾兵蟹将等形象同样丰富多彩。

为了保证人物形象准确、画面细节完整,全片70%以上的戏份,饺子都自己演过一遍。经过导演的演绎,动画师能更精准地捕捉表演的层次感。

——更丰沛的情感,引发观众广泛共情共鸣。

一位天性顽劣的混世魔王,成长为保护陈塘关百姓挺身而出的英雄,哪吒发生这种转变的驱动力是什么?

透过故事情节可以发现,影片给出的答案是亲情的力量。

不同于《封神演义》和《哪吒闹海》,《哪吒之魔童闹海》把李靖和殷夫人刻画为一对严父慈母的形象。影片尾段,殷夫人用自己的牺牲帮助哪吒重生,更是成为哪吒性格转变的关键因素。

开启未来

更多中华优秀传统文化IP“火起来”

2月14日,《哪吒2》正式在北美地区上映,仅预售票房就超过近20年华语片首周末票房纪录。许多观影者称赞,精彩程度超出想象。

这不仅是中国电影的运行,更是中华文化的又一次“出海”。跳出国内视野,《哪吒2》正向世界观众展现中华文化的魅力。

好IP的培育需要好的土壤。十多年前,饺子在成都开了一家叫“饺克力”的动画工作室。最开始只有几名工作人员,蜗居在一个很小的办公室里面。当团队来到成都数字新媒体创新孵化基地,基地给了一些房租减免、业务对接的帮扶措施,帮助工作室成长。

成都数字新媒体创新孵化基地负责人金泓宇介绍,当时,“饺克力”工作室承接了武侯祠大庙会数字化项目,完成杜甫草堂等文化地标的动画宣传片等。团队逐步扩大成长,后改名叫

可可豆。团队人多了,就搬到成都高新区天府长岛数字文创园。那里产业链更聚集,条件更好,大家更能专心创作。

以天府长岛数字文创园为坐标,《哪吒2》制作链上的关键企业大多分布在百米范围内:可可豆动画负责出品制作,墨境天合专攻视觉特效,千鸟动画负责美术设计,星阅辰石承担动态分镜系统,这种地理集聚也催生了“硬盘直传”的高效协作模式,串联起动画产业链的上下游。

哪吒电影的出彩,让中国电影市场底气更足。

哪吒电影的出海,让中华文化的传播勇气更盛。

《长安三万里》召唤国人文化血脉中流淌的诗歌基因,《黑神话:悟空》以古典神话为基底让玩家沉浸式体验传统文化魅力,《哪吒》系列电影巧妙融入三星堆等中华优秀传统文化元素……

“哪吒”脚踏风火轮冲出国门,“悟空”挥动千钧棒走向世界,它们所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旺盛生命力。

中国文化源远流长,中华文明博大精深。只有全面深入了解中华文明的历史,才能更有效地推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

从《哪吒2》开启新的出发!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!

文图据新华社

四川省版权局、文旅厅联合发布《哪吒之魔童闹海》版权保护公告

未获得合法授权 不得制作相关周边产品

本报讯(成都日报锦观新闻记者 泽登旺姆)电影《哪吒之魔童闹海》上映后,广受影迷欢迎关注,不断刷新电影票房纪录。为尊重保护版权,2月15日,四川省版权局联合四川省文化和旅游厅就电影《哪吒之魔童闹海》发布版权保护公告。针对盗录传播、非法周边开发等行为亮出“七大禁令”,为这部“四川成都造”动画精品构筑法治护城河。

公告明确提出:切实增强版权法律保护意识,自觉抵制盗版;全面维护权利人合法权益,持续激发电影创作热情,不断促进电影产业繁荣发展;观影选择正规渠道、正规影院;不得以任何形式盗录电影音频、视频;不得以任何形式传播分享盗版音频视频;未获得权利人合法授权,不得制作电影相关周边产品;发现违法违规线索时,欢迎向各级版权管理部门、文化市场综合执法机构或当地市长热线举报。

在建中已有拍摄订单 成都这个影视产业园6月投运

本报讯(成都日报锦观新闻记者 李娟)记者16日走进位于温江区和盛镇的盛河影视产业园项目建设现场,只见大型工程车来回穿梭运输土石方,伴随着机器的轰鸣声,施工人员正在紧张作业,建设场面如火如荼。

“目前已完成1号大棚主体结构建设,将于近日封顶。2、3、4号大棚的基础施工正加快推进,力争整个园区主体建筑及配套工程在5月全部完工,6月投用。”和盛镇经济发展办公室相关负责人介绍。

据了解,盛河影视产业园项目由四川盛河佳影文化传媒有限公司牵头打造,包含2000平方米摄影大棚1个、1000平方米广告棚1个、1700平方米实景街道拍摄棚1个、300平方米—500平方米小型广告棚各3个。

“我们的大型摄影棚能拍广告、纪录片、影视剧,多个小型棚是为当下十分火热的短剧拍摄准备的。”据盛河影视产业园区相关负责人介绍,四川盛河佳影文化传媒有限公司在温江建设这个项目前,对市场有过深入的调研和分析,虽然当下影视市场火热,但在成都区域像这样集大、中、小各种规格摄影棚于一体的项目并不多,项目建成后可以满足市场的多元需求。该负责人表示,虽然还在施工阶段,但已经有不少剧组与其对接,并实地进行考察,目前已经接到不少拍摄订单。

值得一提的是,盛河影视产业园区项目创新引入“共富模式”,由社会资本、国有企业、村(社区)集体经济组织共同出资打造,共建共享,带动区域经济高质量发展。

都四项目7月底完成 都江堰站主体施工

本报讯(刘晓 贾晓明 成都日报锦观新闻记者 袁弘)16日,记者走进正与都四项目都江堰站主体工程同步实施的成灌快铁都江堰站前广场工程建设现场,眼前是一片热火朝天的生产景象。

在站前广场西侧的施工区域,只见施工人员正操作机具,进行明挖隧道,而这也是该施工区域冠梁施工的一部分内容。“目前,我们现场一部分人员和机具配合进行基坑开挖,另外一部分施工人员则进行高压旋喷,在外侧进行止水注浆,方便下一步的基坑开挖。”都四轨道交通DSZQ-1标相关负责人介绍道。

“今年是我们标段的收官之年。按照工程建设计划,我们在7月底就要完成整个站前广场,也就是都四项目都江堰站的主体施工。作为连接快铁站、山地轨道交通与城市的重要枢纽,成灌快铁都江堰站前广场的建设事关市民游客便捷出行。待都四项目都江堰站主体工程完工后,站前广场将重新向公众开放。”该负责人表示,今年都四项目都江堰站主体工程的完工,也标志着都四项目土建一标蒲阳站至都江堰站全部建设内容完成,届时,将初步形成都江堰市区“地铁”出行模式雏形。

记者了解到,线路全长123.18公里的都四项目在都江堰境内共有3个土建标段和1个车辆基地标段。据都江堰市交通运输局产业发展科相关负责人介绍,目前,各标段施工建设都在紧锣密鼓地进行:“1标今年是要全面完成所有建设内容,2标除了康通隧道外,包括都江堰特大桥在内的其余土建工程内容基本要完成。3标已完成映秀1号隧道都江堰境内的全部工程内容。车辆基地标将完成全部建筑主体工程。”

方式,但围绕“青梅”做的“致富文章”,并未就此停住。

春节期间,在外打拼的人陆续返乡。借此机会,花溪谷社区党委以“迎老乡,回故乡,建家乡”为主题,在梅林观景台召开了一场议事会。杰出创业青年、优质商家、社区工作人员等20余人齐聚一堂,就如何做好做强当地青梅产业展开了讨论。

“现在青梅大多以粗加工原材料的形式售出,商品附加值低,要想办法将产品变成商品,才能提高青梅的商品价值。”“结合文旅发展,把观光经济品牌打造起来。”……一系列“金点子”被杨书记一一记下。

“我们计划今年先把青梅博物馆打造出来,目前选址工作已完成,预计今年12月建成。”他告诉记者,下一步还计划建立冻库,延长青梅采摘季的保存周期;计划打造本地青梅酒品牌,培育种植青梅菌、开展青梅研学活动……“我们希望有资源、有能力的社会企业可以参与进来,一起做‘青梅产业蛋糕’。”杨书记说。

记者手记

大邑县悦来镇花溪谷社区生动演绎了“绿水青山就是金山银山”。从农户散种到集中种植,从赏花到售果,1.0版的“致富图”已经初步绘就。如何利用好大好资源,将目前尚显单一的“观花季”做得更加丰富,从而做出品牌,进一步增收?如何将青梅从“原材料”变为“商品”,从而增加其附加值,扩大产值?如何在赏花、售果的基础上,建立“朋友圈”,延长产业链……这些不仅需要当地党委政府的努力,也需要更多社会力量参与。

青梅已绽,绿山染芳。我们期待“只此青绿”的“梅林图”,能变成带动当地加速发展、群众进一步增收的2.0版甚至3.0版的“致富图”。

成都日报锦观新闻记者 袁弘 周茜茜 摄影 程琪霖

■赏花季预计接待游客30万人次
■青梅年总销售收入达7500万元

春赏花夏售果 万亩梅林点“绿”成“金”



的花朵会变为一颗颗饱满翠绿的青梅挂满枝头。而卖果,是梅林的另一个增收方式。

“算上周边散户的话,园区总的青梅种植面积3000多亩,青梅总产量4000吨左右。”杨建军既是本地居民,也是当地的种植大户。他向记者介绍,自己原有几十亩梅林,当意识到“散养”的青梅产量低、品质差、收入少时,决定动员当地居民加入农村合作社,将自有土地承包给他,用于集约式的青梅种植。

全社区近50户居民将土地承包给杨建军,居民总租金收入近20万元。“把土地租出去,既有了一笔额外的收入,我们也不用再‘绑’在家里

了。”本地居民陈秋珍说,自家的10亩梅林承包出去,每年可收获租金上万元,她也选择了出门打工。

集中种植后,产量更高,销售渠道也更有保障。记者了解到,悦来镇现有一万余亩青梅,年产量可达15000吨,主要作为原材料,卖给梅子酒、果脯等生产厂家,年总销售收入约7500万元。

致富图

更多社会力量共做“青梅”产业蛋糕

虽然目前社区已经有观花、售果两种增收

白粉相间,香味幽然——眼下,成都市最大的青梅种植基地,位于大邑县悦来镇花溪谷社区的一万余亩青梅迎来了盛花期。“美!”不少前来赏梅的游客都会这样赞叹。游客眼中的“美景图”,在种植大户杨建军的眼中,却是“致富图”——春天赏花,夏季售果,千亩梅林经过几年深耕,已经初具增收效应。

赏花图

今年预计吸引游客30万人次

走进花溪谷社区的现代林业产业(青梅)园区,阵阵清香扑鼻而来,沁人心脾。一株株青梅树傲然挺立,枝头缀满了洁白如雪的花朵。放眼望去,山坡上、溪流边,青梅花开正盛,似锦如画。

穿梭在山间的梅林中,脚下曾经泥泞的小道被水泥阶梯替代。行至山腰,宽敞明亮的观景台映入眼帘,在这里,可以一眼尽收整个梅林的美景。“去年,为了方便和吸引更多的游客前来赏花游玩,我们对梅林的基础设施进行了升级,增加了步道、停车场、观景台等。”花溪谷社区党总支书记杨方告诉记者。

去年赏梅季的总收入近10万元;今年预计吸引游客30万人次,增加本地收入约20万元。“不仅要赏花,还要吃喝玩乐,增加消费场景,拉长消费链,做大客单量。”在梅林间围炉煮茶,来个“花间品酒”……杨书记告诉记者,他们计划了不少的消费场景,希望在这个花季“上线”。“让游客感受到花溪谷的青梅花不仅好看,还很好玩。”杨书记说道,现在基础设施越来越好了,梅林规模也不小,希望能引入运营机构,加速这些消费场景的落地。

售果图

年产青梅一万五千吨

漫山遍野的青梅,不仅仅在春天能给大家提供养眼的美景,花落结果,到五、六月份,这些粉嫩