

消费

产业进阶下的活力

对于影视创作来说至关重要。而企业则是市场的主体和技术创新的主体,企业的创新活力和创新能力直接关系到经济发展的总体质量。

将视角从《哪吒2》更上升一层,我们能窥见中国制造的崛起之路——这条路,是企业互相托举,彼此成就;是政策创新带来技术、人才、资金、数据等要素资源间的互联;是链上企业、科研机构、政府部门等不同相关主体的众志成城……

中国式现代化,现代化产业体系是题中之义。当今的中国,是世界唯一拥有全部工业门类的国家。当C919大飞机一飞冲天、复兴号高速列车在大地奔驰、一批来自中国的领军制造企业活跃在当今的国际舞台……影视的工业化,才有了最坚实的基础和凭依。

当《哪吒2》一路创造票房纪录,中国消费市场的巨大潜力,也被持续攀升的票房不断印证。在消费端,这更是一个“深化供给侧结构性改革”的生动样本。

电影院全天排期放映,人们全家出动甚至“二刷”“三刷”、相关衍生品秒空……这些现象充分说明,只要优质供给跟得上,消费者的行动就跟得上。应消费升级的新需求,提供消费者乐于买单的新供给,消费市场向“新”挖潜,前景可期。

中国式现代化是人口规模巨大的现代化。庞大的人口规模,意味着广阔的市场空间和可观的消费潜力。

在超大规模市场,技术和产品产生规模效益,进而促进技术进步,形成新的应用场景、商业模式、消费品牌,从小范围走向大众,从国内走向全球——这是被包括《哪吒2》在内的一应创新充分证明的有效路径。

产业与消费分别对应着供给端与需求端,供需两端的有效衔接方能形成经济的良好循环。当下,“哪吒”还在继续创造传奇,也给产业和市场的发展提供了启示借鉴,其意义,已然超越了票房本身,从其中,我们更能洞见现代产业的前景、消费市场的信心,而这些,正在为高质量发展持续注入动力和活力。

票房节节攀升、口碑好评如潮,一部《哪吒2》,既是中国现代影视艺术的里程碑之作,也是对中华优秀传统文化的传承与创新;既是对中华民族文化自信的强势彰显,也是中国坚定推动文明交流互鉴的生动案例。

电影,是集视觉艺术、听觉艺术与叙事艺术等于一身的综合艺术体,被称为“第七艺术”,是现代社会不可或缺的文化产品。国漫电影《哪吒2》的“破鼎而出”,既叫好又叫座、既出圈又出海,深刻表明近年来中国电影在审美力与创新性上实现了跨越式进步、彰显出文化软实力。

软实力来源于生命力。哪吒是中国古代神话传说中的人物,“哪吒”系列两部电影均取材于这一文化母题。制作团队既传承,又创新,既延续了神话传说中哪吒无畏、叛逆、反抗的一面,也赋予了其珍视亲情、呵护友情等全球公认的普世价值观,不仅给予哪吒以新生,也使得整个故事更契合全球影迷,尤其是年轻观众的价值取向。

在视觉设计上,《哪吒2》将东方美学注入现代动画,融合了水墨画、剪纸艺术等传统元素,兼具传统韵味与现代审美,被誉为“中国文化走向世界的新范例”。

无论是传承,还是创新,在某种程度上,指向的都是中华优秀传统文化的生命力,“哪吒”系列两部电影均取材于这一文化母题。

制作团队既传承,又创新,既延续了神话传说中哪吒无畏、叛逆、反抗的一面,也赋予了其珍视亲情、呵护友情等全球公认的普世价值观,不仅给予哪吒以新生,也使得整个故事更契合全球影迷,尤其是年轻观众的价值取向。

在视觉设计上,《哪吒2》将东方美学注入现代动画,融合了水墨画、剪纸艺术等传统元素,兼具传统韵味与现代审美,被誉为“中国文化走向世界的新范例”。

无论是传承,还是创新,在某种程度上,指向的都是中华优秀传统文化的生命力,“哪吒”系列两部电影均取材于这一文化母题。

制作团队既传承,又创新,既延续了神话传说中哪吒无畏、叛逆、反抗的一面,也赋予了其珍视亲情、呵护友情等全球公认的普世价值观,不仅给予哪吒以新生,也使得整个故事更契合全球影迷,尤其是年轻观众的价值取向。

在视觉设计上,《哪吒2》将东方美学注入现代动画,融合了水墨画、剪纸艺术等传统元素,兼具传统韵味与现代审美,被誉为“中国文化走向世界的新范例”。

无论是传承,还是创新,在某种程度上,指向的都是中华优秀传统文化的生命力,“哪吒”系列两部电影均取材于这一文化母题。

制作团队既传承,又创新,既延续了神话传说中哪吒无畏、叛逆、反抗的一面,也赋予了其珍视亲情、呵护友情等全球公认的普世价值观,不仅给予哪吒以新生,也使得整个故事更契合全球影迷,尤其是年轻观众的价值取向。

在视觉设计上,《哪吒2》将东方美学注入现代动画,融合了水墨画、剪纸艺术等传统元素,兼具传统韵味与现代审美,被誉为“中国文化走向世界的新范例”。

无论是传承,还是创新,在某种程度上,指向的都是中华优秀传统文化的生命力,“哪吒”系列两部电影均取材于这一文化母题。

制作团队既传承,又创新,既延续了神话传说中哪吒无畏、叛逆、反抗的一面,也赋予了其珍视亲情、呵护友情等全球公认的普世价值观,不仅给予哪吒以新生,也使得整个故事更契合全球影迷,尤其是年轻观众的价值取向。

在视觉设计上,《哪吒2》将东方美学注入现代动画,融合了水墨画、剪纸艺术等传统元素,兼具传统韵味与现代审美,被誉为“中国文化走向世界的新范例”。

【核心提要】

《哪吒2》的成功,是中国综合实力的一个生动样本。这背后,是一个国家科技进步的大环境、产业发展的强活力,是庞大的人口基数带来的消费潜力,也是传统文化创造性转化的具象体现。当全世界的人们与哪吒深情共鸣,更见文明的交流互鉴。从一次超越,走向更大舞台,《哪吒2》是一个起点,它指向的,必将是中国更具想象力的未来。

为什么是中国

成都日报锦观新闻记者

马玉宝 张帆 刘金陈



观看哪吒主题墙绘。 新华社发



技术人员在向学生介绍复兴号智能动车组。 新华社发

文明,是我们在新时代新的文化使命。”

肩负新时代新的文化使命,我们要始终在思想上坚定文化自信,自信,才能自强;在态度上秉持开放包容,熔铸古今、汇通中西;在方法上坚持守正创新,辩证取舍、推陈出新。

这是《哪吒2》所带来的启示,也是每一位文化从业者、每一个中国人都应有的文化自觉。可以预见,当这种文化自觉融入血脉,会有更

“给我——破!!!”

正如这句燃爆全网的台词,《哪吒2》自上映后,一路势如破竹。快速增长的数字背后,不仅折射出了中国动画、中国文化的强大吸引力,这当中,被灌注于电影制作全过程的“死磕”精神,亦映照出不服输、不认命的民族禀赋。

石破天惊、精益求精的韧劲,是把不可能变为可能的根本。

五年磨一剑,《哪吒2》制作团队用2427个镜头、1948个特效镜头诠释了何谓“死磕”:为了保证人物形象准确、细节完整,导演饺子亲自演绎全片70%以上的戏份;片尾“洪流对战”场景中,数以亿计的角色动态各异,团队“死磕”一年半的时间,最终将由一个个真实角色构成的“千军万马”呈现在观众面前……

“我们发现以往所仰望的那些大山,其实也是‘死磕’、一步一步走出来的。所有难做的事都是人做出来的,我们也有这个潜力可以慢慢‘死磕’。”导演饺子及其团队的“死磕”到底,让国漫崛起变为现实。

而这其实也是一代代中国人逢山开路、前赴后继的缩影。

看过去,1964年10月16日,中国第一颗原子弹爆炸成功;1967年6月17日,中国第一颗氢弹空爆试验成功;1970年4月24日,中国第一颗人造卫星发射成功;1974年8月1日,“长征一号”(舷号401)核潜艇正式入编……

看当下,来自共建“一带一路”国家的青年将“移动支付、高铁、电子商务、共享单车”选为中国“新四大发明”;截至去年年底,国产3A游戏《黑神话·悟空》全球销量突破2800万份,销售额超90亿元;Deep-Seek在多项国际测评中超越GPT-4,正重塑人工智能格局……

多的精品力作亮相面世,奔涌五千年的文明大江,也必将释放出崭新的磅礴力量。

“若前方无路,我便踏出一条路”,这种共通的精神力量,正是电影连接现实、最打动人的地方,也是重叠历史与当下,民族精神穿越时空的具象化投射。

还有扎根于时代土壤所带来的时势与机遇。

不是单兵作战,而是在更大范围内协同共进。《哪吒2》背后众多制作公司共同铸就的动画电影“万鳞甲”,串联起了涵盖成都、北京、上海等城市的“中国动画产业带”。

这让人联想到中国制造业的破局之路——由2010年我国制造业增加值首次超过美国、稳居世界首位,到2022年占全世界比重为30.2%、成为全球工业经济增长的重要驱动力,再到如今能够生产的500种主要工业产品中,有四成以上产品产量位居全球第一。凝聚协作发展合力,终将提能升级,抬起整个领域当下可触及的天花板。

持续聚焦创新,不止于“高精尖”成果产生,更要上升到同频共振的生态营造。据国家统计局发布的数据显示,2024年我国全社会研究与试验发展(以下简称“研发”)经费投入为36130亿元,同比增长8.3%,这是继2012年以来我国研发经费投入强度的再创新高;截至2024年底,我国国内发明专利有效量达到475.6万件,成为世界上首个突破400万件的国家,其中企业有效发明专利产业化率达53.3%……在一个个梦想照进现实的改变中,一幅关于“我命由我不由天”的时代精神群像愈发清晰。

站在2025年的春天回望,从哪吒脚踏风火轮冲向国际银幕,到中国动画产业来到前所未有的高度,从国家经济实力在全球处于重要地位,到重大科技突破和产业崛起接连喷薄而出,个体的热血拼搏和家国的共同托举,让每份热爱都有了破土而出的可能。

惊人的爆发常在一瞬,背后则是日复一日的长期努力。

朝着锚定的方向前进,有了真功夫、硬实力的持续积累之后,就会迎来“奇迹降临”的时刻。当无数个“死磕”瞬间汇聚,当千万颗赤子之心合而为一,便成了照亮民族复兴之路的璀璨星河——这或许就是新时代民族精神最生动的注脚。

精神

时代浪潮中的群像

锦城深读

12

成都日报

2025年2月24日

星期一