

频破纪录

“哪吒”何以“炼”就

1 根植传统：中国的故事该由中国人自己讲

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。

从唐代《开天传信记》，到元代《二郎神醉射锁魔镜》，再到大家耳熟能详的明代小说《西游记》《封神演义》，千百年来，哪吒这一人物，始终带有深厚的文化底蕴。

从传统文化中汲取滋养，影视创作者推出了《大闹天宫》《哪吒闹海》《哪吒传奇》等诸多和哪吒相关的影视佳作。

2019年暑期，《哪吒1》上映，影片收获超50亿元票房，位列当年票房榜首位。在主创团队看来，国产动画电影的崛起离不开对中国故事的深度挖掘，将经典的中华美学观念有机融入当代动画电影创作之中，为创作者开辟了新的可能性。

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》的故事相比于大家熟知的“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，处处都彰显出传统文化的独特魅力。侗族大歌、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……

事实证明，越是植根文化的经典，就越具有长久的生命力。

2 紧扣时代：传统神话要讲出新意

连日来，《哪吒2》主创团队所在地，四川成都可可豆动画影视有限公司门口，游人络绎不绝。

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”。

这是一群为了动画同向奔赴的“追梦人”。

从小就想当漫画家的饺子，大三那年从医学生转而自学三维动画。2015年，他开始投入到《哪吒1》的创作中，五年磨一剑，他和团队打造出了一个崭新的哪吒形象。

《哪吒2》的制作，更是集合了近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。

“制作中注重细节，很多东西都是死磕。”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，“电影中的章鱼和鲨鱼曾经是将领，所以要有比较华丽的铠甲，但他们被尘封数百年，还得落魄，铠甲上的鳞片会锈迹斑斑。此外，他们身经百战，上面会有战斗的痕迹，比如刀的砍痕，枪扎的点。”

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。

——更新颖的形象，让故事表达深入人心。

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。

片中，无量仙翁喝完甘露后皱了皱眉头，这个动作看似

平平无奇，实则增加了紧张氛围，让观众误以为无量仙翁尝出破绽。这个细节灵感就来自导演的表演。饺子介绍，无量仙翁被捉弄还不自知，这样的细节既让观众一笑，又能在逻辑上自洽。

——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。

打动人心，不止有亲情。为了让不同年龄段的观众都能产生共鸣，影片全面打磨角色关系，从不同层面增进观众的共情。

太乙真人和哪吒间的师徒情、申公豹和申小豹间的兄弟情、敖丙和哪吒间的友情等，都让影片具有了更加广泛的情感力量，打通了电影和观众的情感连接，让观众产生更多共鸣和感动。

3 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。

哪吒电影的出圈，让创作者志气更坚。

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。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。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。

哪吒电影的出彩，让中国电影市场底气更足。

从技术层面看，《哪吒2》折射出我国动画电影愈发成熟的制作能力。目前，中国三维动画的技术能力和制作实现能力已经在国际上处于领先地位。

从票房表现看，《哪吒2》展

现出电影市场更大的潜力。目前观影人次已超2亿，许多观众“二刷”“三刷”，直呼看不够。海外观众和影评人也逐渐被影片热度吸引。

“哪吒”脚踏风火轮冲出国门，“悟空”挥动金箍棒走向世界，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。

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”，走向世界！

据新华社北京2月16日电



哪吒，一个脚踩风火轮、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个日夜夜夜的创意和心血。以导演饺子为代表的创作团队拧成一股绳，创出一条路，展现着中国国产动画的“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？



2月9日，在成都一家影院，观众经过《哪吒之魔童闹海》（《哪吒2》）的电子海报。



这是影片中陈塘关大战的前期概念图。
新华社 发