票房破100亿 《哪吒2》做对了什么?

文化娱乐现象述评

北京时间2025年2月13日19时09分,电影《哪吒之魔童闹海》(下称《哪吒2》)在上映的第16天全球票房(含预售及海外)迈过百亿元门槛,成为亚洲首部票房超100亿元人民币的影片。

今天上午,《哪吒2》以14.05亿美元超越"复联2",位居全球影史票房榜第16位,全球动画电影票房榜第3位,并继续向着全球影史票房前10、全球动画电影票房冠军宝座冲刺。数据狂飙突进的此刻,或许我们该思考的是,《哪吒2》到底做对了什么?

传统文化 现代解读

首先,《哪吒2》对传统文化的现代解读,是相当成功的。电影对传统神话故事进行了大胆改编,在保留原著"剔骨还父,割肉还母"精神内核的基础上,赋予了哪吒更为饱满的人物形象和更具时代特色的精神内涵。

影片中的哪吒不再是传统故事中那个充满悲情色彩的叛逆者,而是一个在成长中寻找自我、实现价值的少年形象。这种改编既体现了对传统文化的尊重,又展现了创作者的创新勇气。当咧着牙齿、插着裤兜、黑着眼圈的哪吒成为当代青年追寻自我价值、与命运抗争的具象化身时,电影便成功找到了与观众间的桥梁。

导演饺子在采访中谈到:"哪吒永远是我们心目中的力量的代表,他永远不会妥协。哪吒故事之所以能千年流传,正是因为大家就喜欢他这种精神,他是我们心目当中一种精神引导。"3岁的"百亿影帝"哪吒,凭着这种"永不妥协"的精神,让两亿人次观众在这个春节,与之共情。

技术创新 进步显著

银幕上,三岁小童高喊"若前方无路,我就踏出一条路";银幕外,是138家中国动画公司,4000多名动画人,合力蹚出了一条属于中国动画的前路。可以说,支撑《哪吒2》再次创造奇迹的,是好故事和好人物,更是中国动漫企业在技术制作领域五年来的全力奔跑。

前作《哪吒之魔童降世》在2019年夏天横空出世,凭借天劫场景、混元珠特效等成为国产动画标杆。但续集,一定是会面临更多挑战,和更严苛的观众的。比如,在细节(如角色毛发、布料物理)、规模(如大规模战斗场面)和动态效果(流体、爆炸、粒子特效)等方面是否能做到全面升级,这对渲染算力、算法优化提出了要求;比如,一部高水准动画通常需数十家特效公司协同,统一风格与质量是关键,例如,天宫场景由A团队负责,海底龙宫由B团队制作,需严格把控光影、色彩的一致性;比如,观众对"光污染"式特效已产生审美疲劳,如何设计兼具新意与文化内涵的场景(如地府、天庭的颠覆性重构)成为难题;比如,"万龙出海"场景中数千条龙同时飞行,每条龙的鳞片动态、飞行轨迹都需差异化处理,对群集动画算法提出极限挑战……可以说,《哪吒2》的特效难度不仅在于技术"硬门槛",更在于如何在中国动画工业化尚未完全成熟的背景下,用有限的资源实现艺术与技术的双重突破。

所幸,以上所有问题,《哪吒2》都交出了近乎完美的答卷。《哪吒2》在场景渲染、动作设计等方面进步显著,许多特效画面堪称惊艳,彰显出中国动漫已具备与国际顶尖水平一较高下的硬实力。这背后,是持续引进国际前沿技术,如先进的动画渲染算法、动作捕捉系统;是无论传统影视巨头、业内知名的专业动漫公司,还是许多名不见经传的中小型工作室,都大力投入自主研发,力求摆脱技术依赖。有参与其中的创作者形容:"中国动画人闻声而动,从各地赶来,就像是参加动画界的奥运会。"

商业运作 潜力无限

《哪吒2》的成功,同样也是商业运作上的成功,是一场"优质内容+精准运营+时代情绪"的共振。

首先,精准的市场定位,源于对受众需求的精准把控。如果说前作已积累超50亿票房的粉丝基础,那么续集通过调研数据与观众反馈,将故事内核从"少年逆袭"升级为"家庭成长"与"命运抗争",覆盖亲子、青年、中年等多年龄段群体。其次,《哪吒2》的营销团队深谙"情绪即流量"的法则。影片未映先火,靠的不仅是预告片,还有精准投放的"社会议题"。例如,借"仙考不公"情节联动教育话题,在抖音发起#假如人生可以重考#挑战,激发大众对升学压力的共鸣;通过哪吒与父亲的矛盾,在微博打造#中国式父子能好好说话吗#热搜,单日阅读量破8亿。片方还鼓励二创,B站UP主对"申公豹黑化"的深度解读视频播放量超千万,反向为电影引流。

可以说,过去两周,在社交网络上,"哪吒"的热度持续飙升,从剧情猜测到角色分析,从文化解读到幕后花絮,多元话题如一张紧密交织的大网,全面覆盖各个年龄层与兴趣群体,让影片始终保持超高人气。再者,跨界合作为影片宣传添上浓墨重彩的一笔。影片上映同期,联名产品覆盖食品、服饰、文旅等20余个领域:瑞幸推出"混天绫拿铁",首发日销量破百万杯;李宁的"哪吒机甲鞋"将传统纹样与赛博风格融合,预售即售罄。

《哪吒2》的商业成功不单是票房数字的突破,更在于能否将IP转化为可持续运营的文化资产。有专家指出,若能在内容上保持"情感真实+视觉革命",在商业上构建"电影+衍生+体验"的生态闭环,或可复制《哈利·波特》"漫威"的产业化路径,成为国产动画从"单一爆款"跃升为"百年IP"的关键转折点。

本报记者 **孙佳音**

马上评

中国动画电影的天花板,还有多高?

□ 孙佳音

《哪吒2》的票房突破百亿,其意义已经远远不只是单纯的一串数字。在2024年电影市场增速放缓的背景下,《哪吒2》以"不认命"的姿态打破了国产电影的票房天花板,为整个电影行业注入了信心,是一场文化自信与产业升级的双向奔赴。那么,《哪吒2》的票房天花板会在哪里?中国动画电影的天花板,还有多高?

或者,我们想问的是,中国动画人接下来还可以做些什么?

首先,面对未来一年国产动画电影的井喷,我们须避免观众对"神话改编+特效轰炸"模式产生审美疲劳。而后,我们可以务实地继续提高动画在物理模拟(如毛发、水流)、光影细腻度、角色微表情处理上的技术,向迪士尼、皮克斯,向更高的工业成熟度迈进。再有,我们在保持文化特色的基础上,还能进一步打磨技术细节、深化角色塑造、优化故事的普适性,以降低国际观众理解门槛,并联合国际发行资源,在更大程度上提升全球影响力。

或许,中国动画电影目前还较为依赖头部导演或团队的个人才华,而国外顶级作品的成熟度建立在数十年工业化积累与全球化市场经验上,但我们若能在剧本开发、流程管理、跨团队协作、技术创新等方面投入更多资源,相信在不久的将来会迎来更为成熟的中国动画工业体系,迎来更多饺子和"哪吒"。

10000000000元

市民读书会 悦读 悦心 悦人

"理论静距离·文化大家谈"聚焦红色文化

夜光杯市民读书会明举行

本报讯(记者 王瑜明)穿越历史的红色电波,传承静安红色文化,本周六下午3时,"理论静距离·文化大家谈"夜光杯市民读书会首场活动将在静安区文化馆(乌鲁木齐北路459号)举行。上海市作协副主席赵丽宏、静安区文联主席姜鸣、上海歌舞团演员王佳俊将和读者分享他们如何在文艺创作中,"把最好的精神食粮奉献给人民"。

中共中央第一座无线电台,曾于1930年1月15日,向香港的南方局电台发出第一波无线电密码。如今这座无线电台,陈列在其原址——延安西路396号一楼的"中国共产党无线电密码通信工作诞生地历史陈列展"。在读书会现场,舞剧和舞剧电影《永不消逝的电波》中李白的扮演者王佳俊将讲述"电波"的台前幕后。

中共二大会址位于老成都北路7弄30号(原南成都路辅德里625号),聚焦第一部党章诞生的音乐剧《辅德里》是1921年静安·现代戏剧谷的开幕大戏。随后,该剧在全国巡演34场,还被拍摄成了高清戏剧电影。这部剧目的出品人姜鸣将在读书会现场分享当年为创制《辅德里》寻访杨开慧故居时,了解到的毛泽东与杨开慧之间,一封没有寄出的信的动人故事。

愚园路,承载着红色文化、海派文化。上海国际诗歌节,是上海唯一的大型国际性诗歌文学交流活动,赵丽宏将和读者分享他带着国际诗人看上海的感想,讲述文化如何穿越历史、塑造城市精神。

参加2月15日夜光杯市民读书会的读者将获赠限量版静安"口袋地图"静安文旅护照,现场参与互动的读者,还将获赠夜光杯文萃以及《上海红色机要密码史话》。

本次活动是夜光杯市民读书会第42场,由上海市社会科学界联合会、中共静安区委宣传部、新民晚报社联合主办;静安区文化和旅游局、静安寺街道党工委承办。

扫码报名参与读书会