

# 文体汇



扫一扫添加新民体育、新演艺微信公众号

今天闯入全球影史票房榜前五,但——

## “哪吒”的成功 远不止票房

北京时间2025年3月15日,在上映的第46天,《哪吒之魔童闹海》(下称《哪吒2》)以150.20亿元(含预售及海外)超过《星球大战:原力觉醒》,在全球影史票房榜上再进一步,成功闯入前五。其意义远超单纯的商业成功,已成为中国电影产业、文化软实力乃至全球影视格局演变的重要标志。



《哪吒2》海报

在这个春天的成功,标志着中国动画工业已跻身世界一流行列,尤其在3D建模、动态捕捉、视觉渲染等领域实现了技术的代际跃升。尤其可贵的是,《哪吒2》的成功是建立在电影工业化体系成熟的基础上的,是可学习、可借鉴的,从剧本开发到后期制作的全流程标准化运作,证明中国电影已形成可复制的工业化模式,为后续大制作提供经验模板。《哪吒2》的成功,将打破古装、喜剧等传统优势类型依赖,推动科幻、奇幻等高概念题材发展,加速中国电影类型化进程;也将吸引更多资本投入动画及特效领域,促使技术人才回流,形成良性循环。

《哪吒2》不仅在国内票房一路高歌猛进,在海外也取得了超过3000万美元的不俗票房,这是一次中国神话IP的现代重构。换句话说,在国内,《哪吒2》吸引了更多观众重返影院,推动了线下娱乐经济回暖,并与超过

20个品牌达成合作。在海外,“哪吒”作为中国传统神话人物,通过颠覆性改编(如反叛少年成长)实现了与现代价值观的融合,为传统文化注入全球共鸣的自我认同、反抗命运等价值观;也通过淡化地域符号、强化情感叙事,探索东方故事以创新方式进入全球市场的可能性,为其他非英语文化IP输出提供了路径参考。

今天,“哪吒”闯入全球影史票房榜前五,这不仅是一次票房胜利,更是中国从“电影大国”迈向“电影强国”的关键节点,它标志着非西方文化主体首次在商业电影领域取得全球性话语权,为多元文化共生的新影视秩序夯实基础。

150亿元的目标已经达成,全球影史前五的宏愿也已经实现。第三部的创作想来将面临更高期待与更大挑战——既要延续前作的成功基因,又需突破续集疲软的魔咒,同时还要承载推动“封神宇宙”体系化、提升中国动画全球影

响力的使命。对此网友各抒己见,有人说在保证每20分钟一场高燃战斗的同时,要迭代叙事策略,要从单线英雄到史诗群像,将个人成长升维至神魔三界存亡;有人说趁着全球技术革命的浪潮,利用AI实时生成战斗特效(如万龙甲鳞片动态光影),提升制作效率与视觉密度,或将八卦、五行元素与赛博朋克结合,突破想象边界;甚至有人已经为第三部规划好了全球分层定制、发行策略。

关心也罢,笑谈也好,“哪吒”的故事仍将继续,《哪吒3》的创作若能在叙事、技术、文化三重维度完成跃升:从少年成长到文明史诗、从追赶好莱坞到定义新范式、从东方奇观到人类共同语言,那么《哪吒3》或可成为首部同时征服本土市场、西方影评人与Z世代社群的电影,实现中国动画从文化产品到文明符号的跃升。

本报记者 孙佳音



3月14日,2023—2024上海文化品牌案例选编成果发布,此次案例选编共征集案例376个,最终推选出最具影响力、最佳创新发展、最受市民欢迎、最佳融合发展、最佳海外传播等5类50个上海文化品牌最佳案例。其中包括《老外讲故事·中华文化圈粉记》、电视剧《繁花》等市民喜闻乐见的文化品牌。

最具影响力的案例有中共一大纪念馆“初心驿站”、上图讲座、电视剧《繁花》等;最佳创新发展案例包括“数字一大·初心之旅”大空间VR沉浸式体验、“SEE YOU IN SHANGHAI上海见!”驻演品牌等;最受市民欢迎的案例包括《星期广播音乐会》、和平书院等;最佳融合发展案例包括“古埃及文明大展”、演艺大世界“公园里的莎士比亚”等;最佳海外传播案例包括《老外讲故事·中华文化圈粉记》、原神交响音乐会等特色案例。

从这些特色案例可以看到上海的文化工作者在践行人民城市理念,积极诠释文化为文、文化惠民、文化乐民的同时,通过激发文化创新创造活力,推动文旅商体展融合的联动发展。比如在和平公园静谧深处的和平书院,作为上海首个24小时开放的城市公园图书馆,悄然点亮城市的夜晚,重塑城市夜间文化生态,实现社会与经济价值双丰收。

此外,《老外讲故事·中华文化圈粉记》、“原神交响音乐会”等案例也不断深入呈现讲好中国故事,提升国际传播能力。其中由中共上海市委宣传部、中共上海市委对外宣传办公室与新民晚报社联合制作推出的《中华文化圈粉记》是“老外讲故事”第五季融媒体产品,2024年10月9日起在全网推出,每日更新一集,邀请来自美国、法国、德国、日本、意大利、荷兰、希腊、阿根廷等15个国家的20位外国友人,用生动影像讲述老外眼中的中华文化故事、文化现象和文化力量。

“原神交响音乐会”是米哈游旗下热门游戏《原神》举办的巡回音乐会,2023年,音乐会以上海为起点开启征程。这场“上海首秀”不仅点燃了现场观众的热情,在海外社交媒体也广泛传播,海外视频平台YouTube上相关官方直播收获超300万次观看量和超16万次点赞。音乐会的全球巡演走过了吉隆坡、瓜达拉哈拉、波士顿、大阪等海外多地,举办共计27场演出,所到之处一票难求。

活动现场,来自和平书院、米哈游等入选案例单位代表表示,未来他们还将继续深耕中华文化,积极弘扬海派城市精神品格,助力上海城市软实力提升、城市品牌形象推广,提升上海文化品牌的国际传播力和影响力。

《老外讲故事·中华文化圈粉记》《繁花》等入选

本报记者 吴翔

## 五十个最佳案例展现城市文化风貌

10年来接待全球逾90个国家和地区的观众

## 小小“雅集”成昆曲传播大舞台

让生活美起来

“花繁浓艳想容颜,云想衣裳光璨。新妆谁似?可怜飞燕娇懒。”昨日午后,坐落于长宁区富贵东路的中国昆曲博物馆三楼的“澎派雅集”传出悠悠水磨腔,引得隔壁书法班的孩子纷纷跑出来张望,也有老人带着孩子站在玻璃门外驻足观赏。

方寸舞台上,国宝级昆剧表演艺术家张洵澎带着徒弟唱起昆剧《长生殿》中“小宴”一折,和她们搭戏的是有“活唐皇”之称的国宝级昆剧表演艺术家蔡正仁,而在一旁司笛的则是书画大师程十发之子、上海国际昆曲联谊会副会长程多多。恰逢张洵澎85岁生日,也是

“澎派雅集”走过的第10个年头。张洵澎说:“无论在哪个时代,我们都希望通过昆曲的美传递人间真情。”而她的爱徒——雅集主理人赵津羽也感慨:“在古北社区深耕十年,我们得以向全球逾90个国家数万游客和观众展示古老昆曲之美,将昆曲的美和感动传递到世界。”

程多多和昆曲结缘在幼时,父亲程十发醉心昆曲,家里每周六都会举办聚会。20世纪90年代,这一古老剧种正处于低迷期,蔡正仁、岳美缇、梁谷音、张洵澎、王芝泉、计镇华、张静娴等老艺术家都是程十发家的常客,喜欢吹昆笛的程多多就

在一旁司笛。后来程家每周六的曲会就命名为“多多曲社”。

昆曲对程多多的绘画风格影响至深,他说:“昆曲讲究以虚拟实,这和国画一脉相承。我们画水墨,讲究线条气韵贯通又节制有度,正如优秀昆曲段落干净利落,毫无拖泥

带水。唱曲讲究内紧外松,画画也一样,我时常在作画时听昆曲,笔下带出的气韵都不同。”

十岁的“澎派雅集”从古北市民中心的二楼搬迁到三楼,拥有了一个小小的露台。昨日乔迁之喜,雅集被布置得姹紫嫣红,虹桥街道党

工委书记郭凯和张洵澎一同为昆曲澎派艺术研习中心揭幕。前来捧场的还有来自各行各业的戏迷和昆曲爱好者。从事城市管理工作的张小姐刚工作时就迷上了昆曲,她感慨道,行政执法和昆曲其实是相融相通的,根本点就是规范。昆曲通过手、眼、身、法、步,曲牌音乐等程式化的表演体现规范;城管执法是通过查、看、问、记、处,依法行政,规范操作确保执法精准公正。城市的精细化管理恰如水磨昆曲般细柔严谨。

本报记者 朱渊



张洵澎(中间穿红衣者)与昆曲爱好者一起表演