

一场“洪流大战”里，平均出场人数就能达到600万个。不光是近处的角色每个都有设计，连远处的“背景板”都不只是像素简单叠加，都有表情动作，都和旁边的人有碰撞，有交互。

“这是饺子导演的要求，既然希望观众去看IMAX大银幕，就要让百万妖兽身上呈现出百万个细节，让即便是最远处的一小点，也不能被马赛克代替。我们这么大体量的电影，不能有任何的取巧或偷懒。”

回想第一部时，哪吒与敖丙的海上初遇点到即止——其实是因为技术所限，不太敢挑战海水制作。到了这一部，艺高人胆大，哪吒不但下海，还要开海、闹海！

“电影里有一个开海的场景，我们是按照爆破六七个珠穆朗玛峰的当量去设计的，直径5000米，



上图：《哪吒》第二部的特效值得期待。

深度超过3700米，相当于15个航母的大小。”

当然，备受观众期待的四海龙王，也会以不同的造型和个性亮相，连海妖都做足东方色彩，让这场翻江倒海来得更猛烈一些！

说实话，像《哪吒》这样体量的系列电影，本身也是在以自己的创作探索中国动画电影的边界，身兼开疆辟土的使命。6年间，很多优秀的动画公司在成长，使得新的团队可以

下图：饺子导演是个“卷王”。



招募到更多优秀的合作伙伴。与此同时，动画电影的制作流程也在迭代更新。

“从前的话，分镜是分镜，资产是资产，特效是特效，动画是动画……但是这次我们打通了所有部门，一个特效场面不仅仅是特效来解决问题，也要和美术、分镜、场景一起联合解决这个问题。角色的设计也不只是角色设计，一边要实现角色的自由生长，一边要有情感化的动作表演。”王竞说，“在技术和美术领域冲撞，难度是非常大的，但好的流程可以帮助电影顺畅很多。”

2015年，光线影业成立了子公司“彩条屋”，专门经营动画业务。作为彩条屋的CEO，王竞介绍说，彩条屋不仅先后投资了十多个动画工作室（包括《大圣归来》导演田晓鹏创办的“十月文化”、饺子导演创办的“可可豆动画”等），这些年来在内容创意、制作和后期宣发上，都有自己的常驻团队全面负责，“我们一直在做人才的培养和系列IP打造，对于《哪吒之魔童闹海》，其实我们也有个小小的私心——希望它能留住更多的动画人才，能吸引新人进入到动画行业，希望中国动画人的作品能够越来越多地带着中国文化走向世界”。