

破百亿元!“哪吒”动画新突围

新华社记者 李 欢

突破100亿元!2月13日,《哪吒之魔童闹海》跃迁新高,闯进全球票房前17强,并有望再创新高。

以传统神话故事为蓝本,跳出常规,《哪吒之魔童降世》打破宿命,讲述“我命由我不由天”;《哪吒2》延续“哪吒式”的叛逆,从传统神话中叱咤风火的少年神祇,到影片中追求自我价值和责任成长的英雄,展现了中国人勇敢、无畏的精神力量。

《哪吒2》带来的“现象级”票房,有其必然原因。全新叙事方式,传递出情感的共鸣和文化魅力。新技术赋能,震撼的视觉效果,使古老传说在现代社会焕发新的活力。这是中国动画产业在IP化、系列化道路上的一个重要尝试。

从制作看,《哪吒2》展现出中国动画的新高度——影片特效镜头近2000个,主创团队达4000余人,20余家特效公司精密协作,AI算法将渲染效率提升40%……

“以前我们总仰望国外的很多特效,觉得非常了不起,现在发现我们只要用心慢慢死磕,也能磕得出来。踏着脚触碰到了那个高度,大家的信心就逐渐打开了。”导演饺子说。

哪吒这个烟熏妆、鲨鱼齿的“魔童”,恰似中国动画的化身——深陷困顿数次,偏要逆天改命,“若前方无路,我便踏出一条路!”

1941年,《铁扇公主》作为中国首部动画长片横空出世,奠定民族动画的基础。上世纪60年代,《大闹天宫》将京剧脸谱化作泼天云霞,齐天大圣



《哪吒之魔童闹海》(《哪吒2》)成为我国影史首部百亿元票房影片,从“跟着吒儿去旅游”出圈,到相关衍生品卖断货“一吒难求”,《哪吒2》的流量持续“溢出”,从“单一票房驱动”到“多元价值挖掘”,电影IP让文旅市场也踩上了“风火轮”,掀起阵阵热潮。

《哪吒2》爆火为地方文旅注入“泼天流量”

“哪吒”在银幕上爆火的同时,也带火了国内多地和哪吒有关的旅游景区。“跟着吒儿去旅游”成为热门出游方式。

高达5米的哪吒、憨态可掬的太乙真人、清秀俊逸的龙王太子敖丙……作为“哪吒”的诞生地,在成都高新区交子大道,《哪吒2》动画电影中的人物雕塑吸引了众多市民游客驻足打卡。

在上海电影博物馆的上海美术电影制片厂展区,连日来游客成倍增长。

“《哪吒2》里有上海美术电影制片厂《哪吒闹海》的影子,我们看完电影后很激动,带着孩子来寻找更多哪吒的形象。”上海市民王女士说,展区内还有老电影《大闹天宫》中三头六臂的哪吒形象原画稿及场景渲染图等,非常适合游客进一步了解影片背后的故事。

近期,四川宜宾市翠屏山景区“哪吒行宫”景点游人如织。景点工作人员告诉记者,自电影《哪吒2》火爆出圈后,景区客流量显著增长,尤其是

2025年春节,中国动画电影《哪吒之魔童闹海》(以下称《哪吒2》)登顶中国影史票房榜,并携“东方魔童”开启全球上映。中国动画以科技为笔,饱蘸五千年文明的浓墨,书写出兼具民族性与世界性的故事。在技术与艺术的珠联璧合中,在文化自信与科技进步的相互激荡中,世界看到了一个既原汁原味、又好玩好看的中国文化新图景。

目前,《哪吒2》海外上映计划覆盖澳大利亚、新西兰、美国、加拿大、日本、新加坡等多个国家,8日已在美国洛杉矶的好莱坞TCL中国大剧院举行北美首映礼。北美以及澳大利亚、新西兰等地预售火爆,部分场次一票难求,观众期待已经拉满。“以顶尖动画技术与深刻叙事重新定义了中国电影工业的高度”“重塑全球电影市场格局”,专业人士好评如潮。

《哪吒2》用科技为传统文化插上了腾飞的翅膀,掀起了一场视觉革命。影片将永定土楼、敦煌壁画融入场景设计,让混天绫的飘动轨迹暗合书法笔意——这种“新国风”美学,既



2月13日在沈阳一家影院拍摄的《哪吒之魔童闹海》海报。新华社记者 李 钢 摄

的金箍棒搅动着国际影坛风云。这一时期的作品扎根于中国传统文化的土壤,成为几代人心中的文化记忆。

到90年代后期,迪士尼、日本动漫等大量涌入中国市场,本土动画面临市场份额下降,产业面临困境。

观众会记得,2015年《西游记之大圣归来》,那只困在五行山下的猴子“睁开双眼”。人们发现,孙悟空“上天下地都难觅的勇气”也能从动画电影中触达人心。

紧接着,《哪吒之魔童降世》《长安三万里》等多部动画作品不断抬高国产动画天花板。这次,《哪吒2》跃迁票房新高,再次展现了国产动画的突围力量。

这是内容创新的突破,也是政策、资本等合力助推,折射出时代精神与市场需求的共振。

政策方面,我国通过文件指导、资金补贴等形式,促进动画制作行业在制作水平、作品特色、与其他行业深度融合等方面发力。《“十四五”文化产业

文旅市场踩上哪吒“风火轮”

新华社记者 董小红 卢有伊 许晓青

“哪吒行宫”的关注度持续上升。“通常情况下,春节假期后景区客流量会有所下降,但今年从正月初四至今,客流量并未减少,反而持续攀升。”该工作人员说。

据了解,“哪吒行宫”单日游客最高峰值约8000人次,日均游客为4000人次。截至目前,“哪吒行宫”已累计接待游客较往年同期增长了近300%。

与此同时,江西上饶太乙真人殿文创销售额破千万元,河南西峡陈塘关遗址公园春节游客量增长300%,天津河西区推出哪吒主题旅游线路……借助《哪吒2》的热度,新颖的文旅消费场景与模式层出不穷,“影视IP+旅游”联动,激发出文旅产业的蓬勃活力。

产业链延伸:从“单一票房驱动”到“多元价值挖掘”

记者了解到,目前,哪吒IP通过多元授权与跨界合作,形成“内容+消费”的产业链生态,推动文化价值向经济价值转化。

——衍生品市场迎来“抢购潮”:记者梳理发现,《哪吒2》联名手办迎来“抢购潮”,相关盲盒系列上线即售罄,二手平台甚至价格翻倍。阿里鱼众筹平台“造点新货”上,敖光手办众筹金额超1500万元,覆盖潮玩、文具、小家电等多品类。

UME影城上海新天地店店长卢瑛说,春节假期最后两天,200元以内的《哪吒2》影院衍生品都已售罄,最后售出的几只哪吒系列爆米花桶,还

是从外地紧急调货进沪的。

记者在成都高新区一家盲盒店看到,前来购买《哪吒2》“天生羁绊系列”盲盒产品的市民及游客络绎不绝。“来回了好几天了,一直都没货,还在等补货。”焦急等待货品上架的市民李先生说。

——科技赋能让影视IP融入生活:江西某景区开发“元宇由陈塘关”,游客可以通过数字分身沉浸式参与神话剧情;四川景区推出哪吒主题短剧,结合社交媒体传播实现品牌破圈……《哪吒2》带动传统IP从静态作品转化为动态创新性表达,实现经济价值提升。

四川传媒学院数字媒体与创意设计学院教授黄丹红认为,《哪吒2》电影本身就运用了很多先进的技术,随着人工智能等技术的广泛应用,打造精品文化IP,以数字化手段来促进文旅体验,也将成为未来文旅产业发展的核心驱动力。

——“影视+文旅+消费”跨界联动:《少年英雄小哪吒》动画片将蜀南竹海、兴文石海等实景融入剧情,带动当地提升旅游认知度;“哪吒IP小家电”则探索传统文化与现代消费品的结合……类似《哪吒2》这样的爆款IP,正在通过跨界联动,取得产业链的延展。

四川大学文化产业研究中心主任蔡尚伟认为,文化IP深入融入更多行业领域,将为消费者带来更加多样化和个性化的产品与服务体验。这种跨界融合不仅能够满足消费者多样化需求,还将成为企业挖掘潜在市场、提升竞争力的重要动力。

从《哪吒2》看“中国风”的全球表达

新华社记者 李 蓉

非简单复刻传统,亦非一味迎合西方审美,而是以科技为媒介创造的文化“第三空间”。

影片将《山海经》中的神话元素与赛博朋克美学结合,重构了东海龙宫的视觉体系,传统水墨的晕染效果通过自主研发的“动态水墨渲染引擎”融入3D动画,让“蛟龙入海”的传说既保留古典意境,又充满未来感。这种技术突破并非炫技,而是对中国文化基因的深度解码。

《哪吒2》的爆火背后,是中国动画产业链的全面升级。4000人团队耗时5年,以“死磕精神”完成从剧本打磨到特效合成的全流程闭环。影片所用到的渲染技术、动作捕捉技术也让中国动画完成了从“技术输入”到“标准输

出”的转身。技术创新使得《哪吒2》能以日均数亿元的票房横扫市场,更让纽约时报广场的巨屏预告成为中国文化出海的实力宣言。

《哪吒2》以及之前爆火的游戏《黑神话:悟空》都是将中国传统神话故事以全新的叙事方式、国际化的美术风格呈现给观众。通过对经典形象的现代化塑造,使得中国文化受到全球观众和玩家的追捧。路透社称,《哪吒2》的爆火,印证了中国本土IP的强大号召力。人们看到,《哪吒2》和《黑神话:悟空》作为具有国际竞争力的作品,展现了中国文化的独特魅力,他们的成功让更多创作者意识到,中国文化不仅可以满足国内市场需求,还可以被全球共享。

发展规划》从行业标准推广、产品供给、产品质量提升等对中国动画制作行业均进行了一定的指导。

在资本力量的推动下,中国动画的产业链日益完善。互联网巨头、头部动画公司各方参与,光线传媒的“神话宇宙”初现轮廓,追光动画的“新封神”系列悄然布局。衍生品市场开发也逐步释放国产动画的商业价值,天猫平台数据显示,目前哪吒系列形象授权周边在平台上销售额已突破5000万元。

观众的文化自信是电影创作的最大底气。为《哪吒2》这一国产动画的成功叫好,也应为下一步如何走深思。

要看到,1亿票房依旧是大多数国产动画电影难以跨越的鸿沟。以2024年为例,我国电影市场共计有16部动画电影票房破亿,其中仅有2部国产动画电影。

同时,神话IP同质化“开发”亦有隐忧。在国家电影局公示的2023年国产动画电影备案案中,神话题材占比超60%。同质化作品也遭遇过市场的冷遇。

出海之路同样不易。如何让乾坤圈与混天绫的东方意象,找到通往世界的叙事桥梁?仍需加力探索。

饺子坚信:“总有一天,中国电影里会诞生出一些新的玩意、新的内涵、新的灵魂,让全世界都能够来欣赏它。”

《哪吒2》破百亿只是个开始,中国电影人、动画人已开始一场新长征。(新华社北京2月13日电)



从“流量狂欢”转向IP深耕

《哪吒2》的成功反映当前我国文旅消费增长新趋势,显示了中国文化消费的新动力。业内人士认为,影视IP长远发展需超越短期“流量狂欢”,以文化自信为根基,以技术创新为引擎,以产业生态为支撑,耕耘IP的长期价值。

负责《哪吒2》全片3D转制的上海幻马文化传媒有限公司动画艺术总监韩晓非认为,虽然《哪吒2》火爆,但大家也不要“一窝蜂”扎堆神话IP,应该鼓励放开想象力,引导行业形成多元丰富的生态。

近年来,我国在传统文化IP开发上取得显著突破,成功打造《哪吒2》等一批现象级文化爆款。但是,一些影视IP的运营仍以短期流量变现为主,往往难以支撑IP的长期发展。

“真正具有市场影响力的IP,需要超越单一产品周期,通过内容创新和产业闭环,打造可持续的文化产业链,从而在全球市场建立更具竞争力的文化品牌。”蔡尚伟说,“后续希望各地围绕哪吒的角色、世界观和文化属性,开发更多元的内容载体,如游戏、动画剧集、文学作品、互动体验等,形成一个可持续发展的IP矩阵。”

多位专家呼吁,避免“神话人物户籍化”,地方文旅宣传也要掌握火候,避免用力过猛。文旅融合的尽头,不在于争抢“哪吒是哪里人”,而是积极扩展到更多元的领域,有效推动IP资源向文化资产的转化。

(新华社北京2月14日电)

“哪吒”和“悟空”携手,向世界人民展示了独具魅力的中华文化元素。这类作品所构建的新范式,颠覆了好莱坞的“文化猎奇”逻辑,也鼓励各文化主体重新审视挖掘自身传统,自信地营造百花齐放、文明互鉴的新图景。

当“哪吒”脚踏风火轮冲出国门时,他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新生。从《黑神话:悟空》到《哪吒2》,从虚幻引擎到动态水墨,中国正以“科技+文化”的双螺旋基因,深度参与全球文化格局的重构。这不仅是产业的崛起,更是文明对话的启航——在这里,混天绫舞动的是东方美学的韵律,而风火轮燃烧的是人类对创新的永恒渴望。

(新华社北京2月10日电)



寒假开学,中小學生喜迎新学期

2月16日,宁夏银川市兴庆区实验二小学生在聆听开学第一课。当日,部分地区中小学迎来开学季,学生们返回学校、领取教材,参加开学第一课等活动,开启新学期。新华社记者 王 鹏 摄

报名交费、高薪兼职……

开学季这些诈骗要当心

新华社天津2月16日电(记者黄江林)随着开学季的到来,针对学生及家长的诈骗进入高发时段。警方提醒广大家长和学生警惕涉辅导班、助学金、高薪兼职、买卖游戏账号等诈骗,交费转账先核实,不要落入陷阱。

天津市公安局刑侦总队四支队三大队副大队长李嘉璐说,开学季,骗子们的“把戏”层出不穷。比如,在较为多发的辅导班类诈骗中,骗子会冒充辅导机构或学生本人,联系学生家长,谎称学生需参加辅导班,要求家长联系报名并支付费用。诈骗分子以“名额有限”“马上截止报名”等为由制造紧迫感,让家长顾不上核实情况,进而实施诈骗。

在助学金类诈骗中,骗子冒充学校或教育局工作人员,谎称有助学金名额,只要提供信息办理相关手续,便可将助学金转入家长账户。在骗取信息后,对方以“交纳相关费用,方可获得助学金”为由,要求家长转账。

刷单、买卖游戏账号类诈骗在开学季的大学校园时有发生。不法分子

以高薪兼职诱惑学生在网上帮忙刷单,先给点小甜头,等受害人投入大量资金后,就以各种理由拒绝退款并拉黑。有的诈骗分子在游戏平台或社交软件发布收购游戏账号的广告,受害人信以为真,按照对方要求在未知平台充值完成后,对方又以系统故障等理由要求受害人充值更多金额,直至受害人发现被骗。

李嘉璐说,还需警惕诈骗分子冒充老师“混入”新生群,推销手机、电话卡等物品,或是冒充老师给家长发送带有未知链接的短信,诱导点击,窃取个人信息。

“遇到这些情况,都要第一时间通过官方渠道进行核实。”李嘉璐提醒,助学金、助学贷款等政策通常会通过学校官方渠道发布,不要轻信非官方渠道的信息,更不要向陌生账户汇款。一旦新生群中出现收费等事宜,务必和学校老师联系核实,切勿轻信他人、点击不明网络链接。一定牢记“三不一多”防骗锦囊——未知链接不点击、陌生来电不轻信、个人信息不透露、转账汇款多核实。

18日18时7分雨水 山山能作雨 物物解呈春

新华社天津2月16日电(记者周润健)“山山能作雨,物物解呈春”,北京时间2月18日18时7分将迎来雨水节气。此时节,雨滴落在田野里,草渐绿、花始开,正所谓“东风散为雨,春回万物兴”。

雨水,是春季的第二个节气,也是二十四节气中第一个反映降水现象的节气。民俗学者、天津社会科学院研究员王来华介绍,雨水的含义是降雨的开始,但多以小雨或毛毛细雨为主,且多集中在南方地区。

春雨如丝如缕,如烟似雾,古往今来,常常成为文人雅士笔下的灵感之源,他们以春雨寄情,借春雨抒怀。杜甫说:“随风潜入夜,润物细无声。”韩愈说:“天街小雨润如酥,草色遥看近却无。”朱自清说,“看,像牛毛,像花针,像细丝,密密地斜织着,人家屋顶上全笼着一层薄烟。”

“江南二月多芳草,春在蒙蒙细雨中。”由于春雨最先惠顾南方地区,所以江南春雨的韵味也会最早被感知:



浙江淳安:新春民俗集会“赶十八”

2月15日,大墅镇儒洪村村民们举行“赶十八”舞龙表演。

当日是农历正月十八,浙江省杭州市淳安县大墅镇儒洪村迎来了热闹的“赶十八”民俗市集。村民和游客一起观看唱大戏、跳竹马、舞龙灯、猜灯谜,共同感受这个传统民俗的魅力。

新华社记者 徐 昱 摄