

截至2月16日《哪吒2》票房突破118亿元 排名全球票房榜第11位

频破纪录!“哪吒”何以“炼”就

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16日票房突破118亿元,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个日日夜夜的创意和心血。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”。

中国的故事该由中国人自己讲

银幕上,哪吒系列故事让人耳目一新;银幕外,哪吒这一文化现象的讨论持续热烈。电影长达两个半小时,却始终扣人心弦。许多观众都有疑问:这样的“哪吒”到底是如何诞生的?

“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。

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。

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、埙……丰富的民族乐器为影片配乐添彩。

细品《哪吒2》的精神内核,不仅展现了文化的传承,也代表了一种精神的延续。

“春节看哪吒,是独属于中国人的仪式感”“哪吒的故事之所以能够代代相传,就是因为他有着打破世俗偏见的反



这是位于成都高新区的哪吒雕像。

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。

“传统IP能传承这么久,一定有存在的理由和价值。我们把它的价值提炼出来,再结合当下的时代精神,重新创作出一个大家真正相信的故事,希望体现一种时代性。”饺子说。

中华文化的又一次“出海”

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。

这不仅是中国电影的远行,更是中华文化的又一次“出海”。跳出国内视野,《哪吒2》正向世界观众展现中华文化的魅力。

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。

“用几年时间精心打磨影片,值了。”饺子认为,电影不是拍给导演看的,而是拍给观众看的。只有尊重观众,观众才会尊重你。

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。138家动画公司、4000多名动画人,从特效制作到场景设计,通力合作、全力托举。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。

文图据新华社

叛精神”……互联网上,观众一字一句,分享自己的观影感受。

传统神话要讲出新意

源远流长的中华文化,既需要薪火相传、代代守护,更需要与时俱进、勇于创新。

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。或许,动画和抓药一样,火候到了才能出疗效。多年的积累和打磨,他推出自己的

处女作动画短片《打,打个大西瓜》,以独特的黑色幽默和丰富内涵拿下多个奖项。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”。

一位天性顽劣的混世魔王,成长为

不能让孩子成为“流量道具”

■本报评论员 王学义

有点疲惫,竟然有了黑眼圈,是不是太累了?还有人爆料称,“瑶一瑶”整天忙着拍视频、接广告,到现在还没上幼儿园。谁也不能轻易怀疑父母对自己孩子的爱,随着收益增加,全家人的生活条件会变得更好,孩子的成长环境也能改善。但是,如何控制住对金钱无尽的欲望从来都是一道难题,而孩子的成长不等人。在教育专家看来,长期脱离集体生活可能影响孩子的社交能力和心智发展,带来难以弥合的伤害。

从“瑶一瑶”身上可以看到网红儿童群体的状况,他们所面对的是一个典型的内容生产流水线。有研究显示,网民对儿童网红的点赞数是普通内容的4倍多,顶级儿童网红的商业估值可达千万元级别。这种暴利催生了批量制造网红儿童的灰色产业链。

身处网络社会,对网红儿童现象,

舆论不能简单地全盘否定。毕竟,这确实能带来一定程度的锻炼,让孩子在公众和镜头前变得更加从容,但也必须想方设法保护好孩子的身心健康。各大平台作为内容传播的载体,掌握着流量分配的大权,负有重要的管理责任。对于各种摆拍行为,尤其是涉及儿童安全和健康的摆拍,要及时制止并给予相应处罚,对于儿童账号的商业开发,也应进行规范和引导。相关部门需要积极介入,建立健全针对儿童网红的管理规范,从法律法规层面保障儿童权益。



扫码加入观天下周刊读者群,畅聊国内外大事。



最近,拥有两千万粉丝的4岁小网红“瑶一瑶小肉包”(以下简称“瑶一瑶”)陷入摆拍争议。视频中,“瑶一瑶”在路上蹦蹦跳跳地走,被旁边的小男孩用脚绊倒,大哭起来。不少网友质疑,她的母亲为了流量而摆拍。随后,其母发布长文回应,但未能平息争议。

“瑶一瑶”的账号是她父母创办的,主要记录她的生活日常,迅速吸引了超千万粉丝的关注。此次“瑶一瑶”摔倒是不是摆拍呢?很多常看短视频的网友说,一眼就能看出这是“套路”而不是抓拍。“瑶一瑶”母亲表示,“我一直觉得小朋友摔打打才能长得更皮实。如果我真的为了挣钱连孩子身心都不顾了,我一定会比现在挣得多十倍。”

作为一名4岁的孩子,“瑶一瑶”不能成为“引流道具”。很多网友还发现,离开了滤镜之后,“瑶一瑶”的小脸看着



栗娟 画