

我国影史首部百亿元票房影片诞生

我国影史首部百亿元票房影片2月13日诞生。统计数据显示,截至当日晚间,电影《哪吒之魔童闹海》票房(含预售)达100亿元。

自1月29日正式上映以来,《哪吒之魔童闹海》已创造多项纪录:2月6日登顶我国影史票房榜,2月7日登顶全球影史单一市场票房榜……如今,影片票房突破百亿元,意味着它在全球影史票房榜上排名稳居前20位,并有望进一步提升。

业内人士认为,《哪吒之魔童闹海》的火热,既展现中国动画电影的高质量发展,也折射出我国电影市场的巨大潜力。这些亮眼的数字证明,观众对高品质的作品始终抱有足够高的热情,优质影片可以为电影市场发展注入强大动力。

在创作层面,主创团队注重从中华优秀传统文化中汲取创作灵感,同时与时代特色相结合。例如,片中“结界兽”形象来源于三星堆遗址和金沙遗址青铜人

像,太乙真人形象被设计为一位会说四川方言、带有喜剧色彩的角色。

此外,《哪吒之魔童闹海》中角色数量是第一部的3倍,且角色建模更精致,皮肤质感更真实。片中特效镜头近2000个,主创团队达4000余人。

“影片故事很生动,角色妙趣横生,陪伴一代代人成长的哪吒故事有了新的讲述方式。”来自北京的观众董女士不久前和朋友一起“三刷”了这部影片,“精彩视觉特效所带来震撼的观看体验,让我每次走出影院都意犹未尽。”

值得一提的是,《哪吒之魔童闹海》已于日前登陆海外多地电影市场,向世界观众展现中国动画风采和中华文化魅力。

“近年来,中国电影产业蓬勃发展。作为创作团队,我们希望通过动画的方式,让更多观众感受到中国传统文化的魅力。”成都可可互动动画影视有限公司总裁、电影制片人刘文章说。

据新华社电

新华时评

混天绫舞动中式动画新纪元 风火轮点亮传统文化新征途

2025年春节,中国动画电影《哪吒之魔童闹海》(以下简称《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,世界看到了一幅既原汁原味、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人团队耗时五年,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》与之前爆火的游戏《黑神话:悟空》都是将中国传统神话故事以新的叙事方式、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。《哪吒2》和《黑神话:悟空》展现了中国文化的独特魅力,它们的成功意味着,中国文化不仅可以满足国内市场需求,还可以被全球共享。

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。

据新华社电

2025年2月13日

我国影史首部百亿元票房影片诞生

我国影史首部百亿元票房影片2月13日诞生。统计数据显示,截至当日晚间,电影《哪吒之魔童闹海》票房(含预售)达100亿元。
新华社 图