

中国影史票房第一！世界动画影史票房第一！

中国动画何以创造了世界第一

●改革推动文化生产力持续解放 ●中华优秀传统文化提供深层动能
●技术进步与产业升级水到渠成 ●中国文化软实力崛起的具体体现

光明日报记者 李蕾 牛梦笛

26天，137亿元！中国影史票房第一！世界动画影史票房第一！

即使放眼全球影史，票房依然位列前10名。前30名中，唯一非好莱坞影片！

一部《哪吒之魔童闹海》，搅动银幕，一跃冲天！

就在去年底，首个国产3A游戏《黑神话：悟空》同样“一个筋斗十万八千里”：销售额突破90亿元，曾占据海外平台热销榜第一。

其实，何止这些，近年来一批动漫娱乐作品在全世界掀起“中国风”：《哪吒之魔童降世》《熊出没·逆转时空》《长安三万里》《姜子牙》《西游记之大圣归来》《深海》《白蛇2：青蛇劫起》……任何一部作品的问世，都赚足了人气，赚足了票房。

为何中国动漫娱乐产业接连缔造市场“神话”？

这背后，是中华优秀传统文化提供的深层动能，是改革推动的文化生产力的持续解放，是技术进步与产业升级的水到渠成，是中国文化软实力崛起的具体体现。

中华优秀传统文化的创新表达，炼成中国动画的“乾坤圈”

说起中国的动画片，人们并不陌生。《小蝌蚪找妈妈》《牧笛》《大闹天宫》……从20世纪五六十年代起，一系列中国动画经典作品，为国人所喜爱，也成为许多人珍贵的童年记忆，中国动画享誉国际。

“十年浩劫”，动漫曾一度沉寂，一直到20世纪八九十年代，中国动画的创作与生产模式，依然跟不上现代电影产业的发展步伐。一段时间里，人们的视野被外国动画占据：“狮子王”的逆境成长、“蜘蛛侠”的惩恶扬善、“机器猫”的温暖治愈……电影院中，人们似乎逐渐习惯了这样的作品。而许多优秀动画人才，则只好为外国动画做代工。当花木兰、功夫熊猫这些中国元素被迪士尼、梦工厂制作成动画，绽放全球银幕，人们羡慕，人们沉思：中国动画，何去何从？

随着经济社会的发展、文化产业的升级、文化市场的繁荣，以及科学技术的进步和电影人才的积累，拥有深厚底蕴的中国动画，开始尝试用自己的语言、风格讲好中国故事。

2015年，国产动画电影《西游记之大圣归来》上映，影片里的孙悟空不只是人们记忆中神通广大的神话英雄，更是经历挫折后重新找回自我的“平凡人”。近10亿元票房，让中国动画找回了信心。

至此，中国动画探索出吸引观众的创作路径：从中华优秀传统文化中汲取灵感，对接当代人的情感与价值观。

《大鱼海棠》脱胎于《庄子·逍遥游》，《新神榜：杨戬》《姜子牙》构建起“封神榜”的宇宙，《白蛇》系列深耕民间故事，《长安三万里》讲述盛唐诗人流光溢彩的世界……一个个神话和历史中的符号，经动画人巧手雕琢，成了有血有肉的银幕生命，引发全年龄段观众的情感共振。

不仅传承，更要创新表达。《白蛇：缘起》里白素贞和许仙的前世姻缘，是历经磨难携手成长；《姜子牙》在“救一人还是救苍生”的两难中，让观众思考何为“仁爱”；《中国奇谭》之《小妖怪的夏天》借小猪妖视角下的西游故



市民从石家庄市裕华区一处哪吒主题墙绘前路过。连日来，随着《哪吒之魔童闹海》电影热映，全国多地的艺术爱好者发挥奇思妙想，根据动画电影创作多种形式的作品。新华社发（陈其保摄）

事，道出普通“打工人”的心声；《哪吒之魔童降世》《哪吒之魔童闹海》从“我命由我不由天”的自我追求，到守护天下苍生的家国担当，映照出今天年轻人完善自我的心路历程。

正如中国电影评论学会会长饶曙光所说：“文化自信涵养了创作者，也涵养了观众。人们血液里流淌着传统文化基因，对历史典故和民间传说具有天然的亲近感。他们又生活在不断发展变化的现代社会，希望看到与当下现实产生勾连的内容。近年来的动画爆款都既传统又现代，契合观众心理及其背后的市场需求。”

从汲取元素意象到提炼精神内涵，再到形成情感共鸣，中国动画在传承中创新，在探索中进步，在发展中崛起。

数字技术进步与工业化流程升级，驱动动漫文娱发展的“风火轮”

有好故事，并不一定就是好作品。“动画是体现前沿科技应用的行业。动画叙事靠技术呈现，有了技术爆发力，好故事能让观众获得更强大的视听震撼。”国家广电总局发展研究中心主任祝燕南感慨道。技术不能让一部坏电影变成好电影，但能

让好电影变成伟大的电影。

《哪吒之魔童闹海》中，技术成就了令人叹为观止的视效：捕妖队在巨树上列阵，一帧画面装两亿多个人物，创造了从未有过的场景；在敦煌壁画、青绿山水间无缝切换镜头，重构了动画的蒙太奇语言；敖丙的每片龙鳞都能自主调整折射率，应用了程序化生成算法……

“哪吒”的成功，是中国动画技术的突围，其背后是中国智造的托举。

《哪吒之魔童闹海》拍摄之初，找过国外特效团队，但交出的样片不理想。片方只得转向本土，最终调动138家中国公司，4000多名中国动画人参与。这是中国动画和特效行业多年摸爬滚打积累的人才和技术力量：创作《姜子牙》的团队完成了捕妖队与海底妖兽对战的特效；创作《深海》的团队制作了申正道和灵珠版哪吒打斗的场次；创作《熊出没》的团队分担了深山中瀑布大体量水体的计算……

技术创新融入电影产业，不仅助力动画电影品质大幅提升，也使真人电影、游戏等门类的视觉呈现更具震撼力：奇幻动作电影《刺杀小说家》首次将动作捕捉、面部捕捉、虚实结合拍摄和虚拟拍摄，全部融入一部电影中；《黑神话：悟空》通过实景扫描，将中国名胜

古迹融入游戏场景，再配合全局实时光照与光线追踪技术，使光线、场景完美融合。

“这些技术突破的实现，是中国动漫文娱产业长足发展的结果。”中国传媒大学动画与数字艺术学院副教授张启忠说。

实现创新的，不只是技术研发，以动画为代表的中国电影工业化流程也日益成熟、严谨——将电影制作视为一个庞大机器，整合与协调每一个“齿轮”，充分发挥人才、技术、资金的“耦合效应”，用项目管理、数据分析的工程思维革新行业，正在使电影创作成为一项可量化、可复制的系统工程。

“科技进步、工业运作带动内容策划、生产效率、制作水平、艺术风格和传播方式迭代升级，拓展了文化创造的内容边界、想象空间。”中国电影艺术研究中心研究员李镇说。

中国动画用10年时间，走完美国、日本动画产业30年进化之路。

动漫故事激活了文旅路线，衍生品成了抢手货，织就新动能的“混天绫”

《哪吒之魔童闹海》热映，火的不仅仅是一

张电影票，还赋能了整个文化产业，联动衍生品、文旅、品牌等多方面资源，见证了中国经济社会发展的强劲活力。

这些天，《哪吒之魔童闹海》衍生品成了抢手货：影院柜台里“哪吒飞猪”爆米花桶，“哪吒”“敖丙”角色形象饮品杯一抢而空；与潮玩品牌联名的玩偶厂家满负荷生产，直播间抢盲盒，预售发货时间被排到了6月……

不仅仅是《哪吒之魔童闹海》引发的文化产品深度联动，近年来，动画以充满喜悦又携着厚重的姿态悠悠然然润入人们的日常生活。

——“没出电影院，就定了和孩子去西安的行程，必须看看李白笔下的盛唐。”北京小学生家长张文说。《长安三万里》上映十日，同款暑期研学线路销售额突破300万元。

——“黄风岭，八百里，曾是关外富饶地……”《黑神话：悟空》带火了陕北说书，不为人熟知的非遗，成为年轻人的新时尚。

——基于“熊出没”IP，3家主题乐园、30余家融入相关元素的乐园，在上映窗口期延续了电影的热度。

从作品本身延伸至主题乐园、游戏、周边产品等多个领域，文化产业IP生态链日益完整。

这个生态链意义重大。动画电影从业者唐山立认为：“国外很多成功的动画电影的运作，能够不计成本地细细打磨，很大原因是他们的商业模式已经成熟，票房回收只占整体收益的两成，衍生品收益占到八成。在打造衍生品方面，我们还有较大的发展空间。”

《哪吒之魔童闹海》，5年；《黑神话：悟空》，7年；《西游记之大圣归来》，8年……这些作品都有漫长的制作周期，是发自内心的热情和精益求精的追求，支撑着创作者走到最后，最终让这些作品得到了良好的回报。建立健康的产业链，让作品获得更长期的回报，也将激发心无旁骛的工匠精神，促成更多的精品问世。

目前，人们仍在关注着“哪吒”的全球电影票房排名。这个排名也引人思考：全球影史票房榜前20的电影中，动画电影占四分之一。动画形象有着天然的亲和力，是跨文化传播实现全球叙事的绝佳载体，能与不同文化背景下的观众同频共振。

《哪吒之魔童闹海》在北美地区预售票房和排片皆创下华语电影新纪录。美国休斯敦的观众伊桑观后赞不绝口：“好久没这么激动了。电影让我联想到父母无私的爱，也仿佛看到自己和朋友的影子。”中国哪吒的故事正在引发全球共鸣。

一座座因影视IP崛起的主题乐园，一条条被故事激活的文旅路线，一件件承载文化符号的爆款商品，一幕幕彼此共情的感人场景……从银幕到现实，从虚拟到实体，中国动画已成为撬动文化产业经济的新动能，赋能千行百业，构建起更完整的文化生态体系，让文化自信在产业繁荣中扎根生长。

“若前方无路，我就踏出一条路！”

携这句高燃台词，《哪吒之魔童闹海》创造多个“第一”，仿佛宣示着中国文化产业的崛起。

（《光明日报》2月24日第1版）

芬兰著名电影杂志：

《哪吒2》是中国文化产业蓬勃发展的一个缩影

新华社赫尔辛基2月18日电（记者朱昊晨）芬兰发行量最大的著名电影月刊《情节》18日在其网站刊发题为“这部中国动画现已成为全球票房最高动画片”的文章，称赞中国动画电影《哪吒之魔童闹海》（简称《哪吒2》）取得的票房成就，认为该影片是中国文化产业蓬勃发展的一个缩影。

文章说，《哪吒2》已超过《头脑特工队2》的票房成绩，登顶全球动画电影票房榜首。作为有史以来票房最高的动画电影，《哪吒2》是中国文化产业蓬勃发展的一个缩影。

文章指出，《哪吒2》仅用了约20天的时间就取得了这一票房成绩，实在令人惊叹。这是一个了不起的成就，而且这仅仅是一个开始，中国文化产业将给世界带来更多惊喜。

文章中还介绍了有关“哪吒”的中国神话传说、相关中国古典文学作品，以及由此衍生出的一系列影视作品——包括《哪吒之魔童降世》《姜子牙》和1979年的动画电影《哪吒闹海》等。

文章认为，近年来，中国在电子游戏、电影等领域频出“爆款”，这些媒体产品已成为中国国家形象的重要组成部分。



这是位于成都高新区的哪吒雕像。新华社发

从“不可能”到“无限可能”

李洪兴

电影《哪吒2》持续火爆，路遇两位小学生边走边聊，讨论票房冲榜能冲到哪儿，还掰着手指头算；琢磨《哪吒3》啥时候来，言语中充满期待。

满怀期待，源自无限可能。这位“魔童”横空出世，之所以燃爆炫酷，就在于实现了许多“不可能”。且不说票房一路攀升，更不论特效镜头创造了多少先例，单说饺子导演的逆袭人生，就充满了传奇色彩，正应了电影里的对话：“难道你还想改变这个世界？”“我想试试！”……

优秀的作品总是既鼓舞人心，也给人启迪。回望我们走过的路，以奋斗创造奇迹，就是一个筚路蓝缕、以启山林，不断突破、向上生长的过程，我们从中获得的经验与智慧，正是创造未来的强大底气。

越是“不可能”，越是“分水岭”。跨不过去，是千难万险；跨过去，是别有洞天。必须拿出爱拼会赢的精气神。

曾经，横亘在发展路途上的，便是一个个“不可能”。没有大型机械，悬崖峭壁上能建渠引水吗？河南林县人认命、不服输，战天斗地凿出“人间天河”红旗渠。杂草都不长，荒漠里能长水稻吗？袁隆平团队创新技术，种出海水稻，荒漠成粮仓。起步晚、底子薄，卫星导航能超车吗？科研人员自主创新、追求卓越，开创北斗系统定位“极限精度”。遇水搭桥、逢山开路，敢于走前人没走过的路，彰显的更是一往无前的胆识、跳出路径依赖的魄力。

可能性不会凭空产生，往往需要久久为功，创造有利条件、消除不利因素。保持接续奋斗的韧劲，才能攻克一个山头，让天堑变通途。

有人说，成功没有奇迹，只有轨迹。奇迹是干出来的，轨迹上镌刻着日拱一卒的积累。不久前，特斯拉上海储能超级工厂投产，自拿地算起仅历时9个月，再次刷新“上海速度”。速度的背后，是对标“国际一流”持续打造营商环境，是聚焦产业持续完善供应链和创新链，是聚焦“企业感受度”持续深化改革举措。步步为营、环环相扣，推动发展环境更优、产业土壤更沃、改革支撑更强，才能跑出发展加速度。

“多少事，从来急；天地转，光阴迫。”要赢得无限可能，必须奋勇争先，引领时代发展潮流。

从时间轴上回头看，“中国人民始终有着超乎寻常的紧迫感、时代感”。脱贫攻坚、全面小康，我们用“最短时间”；科技创新、自立自强，“创新慢了也要落后”；科技成果转化，“趋势、方向是对的，要快马加鞭”；谋发展、促改革，“看准了就抓紧干”……正因为有紧迫感、使命感，才能始终保持弓满弦张的状态，把目标变行动、让理念成现实，持续赢得发展主动权。

有科学家说：“跳过一个高度，又有新的高度在等着你。”不断把“不可能”变成“可能”，把“有可能”变成“一定能”，继而赢得“无限可能”，我们就能始终走在时间前面，走在时代前列。

（《人民日报》2月24日第4版）