

传统美学在动画电影中的创造性转化

——以《哪吒之魔童闹海》中“哪吒”形象为例

■文/张云龙

“哪吒”系列第二部《哪吒之魔童闹海》以被业内戏称为“高开疯走”的市场曲线一路狂飙,目前票房超越137亿元,观影人次超2.8亿,观众满意度87.3分,为近两年春节档观众最“满意”影片。同时,该片也刷新全球观众对中国动画电影的认知——成为全球动画电影榜冠军,进入全球票房榜单前十。那么,到底是什么原因使得全国观众对这部影片有着如此强烈的观影意愿,又是什么原因让这部电影能够如此精准地抵达观众的优质口碑区?在对经典美术设计与传统美学的创造性转化和创新性发展中,或许就藏着这些问题的答案。

第二部中,哪吒从儿童哪吒变为青少年哪吒。母亲的去世刺激哪吒破除禁忌,以万箭穿心之痛成长变身,解除困境。不夸张地说,这个段落集中体现了影片哪吒形象对传统文化充满矛盾色彩的继承与叛逆。从叙事上来看,这是一个非常经典的东方传统叙事段落——以女性的牺牲来刺激男性角色完成成长、突破禁忌。哪吒形象的转变与升华点如此建构无疑是对这种叙事传统的一种继承。但从另一个角度来看,传统文化中的哪吒是一个彻底的父权反叛者,有着弑骨还父、愤而自刎的悲剧性和反叛性。可是在该片中,哪吒反叛的不再是父权,而是命运、天道,自身悲剧性来源已然发生了转变,但反叛方式却是沿着传统叙事的路径进行。由此可见,哪吒一角的塑造在面对传统文化时呈现出某种矛盾状态。当下很难评说这种矛盾是进步或是倒退,但从观众较为热烈的反馈中或许可以窥见的是——随着时代变化,现代人所需要反抗的第一势力或许已经不再是封建时代的父权,而成为一种更难于突围的现代社会结构性困局,即片中所说的“命运”“天道”。这也解释了为何这部《哪吒之魔童闹海》里的“若天地不容,我便扭转这乾坤”能像六年前《哪吒之魔童降世》的那句“我命由我不由天”一样深深触达观众的内心。

“共用肉身”对传统美术的继承与创新

回首2019年暑期档,《哪吒之魔童降世》横空出世,哪吒一改过往影视作品中的“正剧”形象,以丧丧的黑眼圈和时不时浮起的坏笑突破了观众的视觉期待,而他一开口便让人忍俊不禁的烟熏嗓和接二连三的打油诗更是让观众收获了一个闻所未闻的全新哪吒。在该系列续作第二部《哪吒之魔童闹海》中,哪吒的形象总体延续了第一部的造型,同时在此基础上进行了更具创意的转化——魔丸(哪吒)和灵珠(敖丙)共用一个身体时,造型相同但在人物的眉眼细节处调整出完全不同的两种神态,让观众一眼分清哪吒与敖丙。哪吒的眼尾下垂,两个黑眼圈如同烟熏妆一般,神态戏谑,肢体松散,整体上呈现出一种无所谓的气馁,非常符合“魔丸”的人设状态;而敖丙虽与哪吒共用肉身,美术团队却匠心独运,将哪吒低垂半阖的双眼走势调整为张大上扬的丹凤眼形,黑眼圈也随之消失,瞳孔颜色从哪吒的深棕色转变为更有灵性也更符合敖丙身份的海蓝色,顾盼之间,敖丙版的哪吒双瞳剪水、神采飞扬,身体状态挺拔昂扬,整体呈现出一种规规矩矩“好学生”的优秀气质。在这样的美术设计之下,两个人物在同一造型中以不同细节保留了最具人物个性的细节和气质,独具特色也有充足的物辨识度。事实上,两个灵魂一具肉身的美术设计在传统美术绘画、绘本中并不少见,这种变身/扮演恰恰是最适于美术表现的一类情节。比较经典的《西游记》绘本和影视作品中都曾多次出现变身与扮演,比如在“火焰山”一章中,孙悟空变身成牛魔王去骗取铁扇公主的芭蕉扇,他的神色既要在扮演时完全符合牛魔王的神态动作,又要在某些细节处暴露出他猴子的属性以便让观众分辨出真实角色。“86版西游记”中经常使用的方式是让孙悟空背过身从嗓子里发出他特有的“嘟嘟”声,同时配合经典的抓耳挠腮动作,以此让观众瞬间识别出变身后的孙悟空与他变身角色的真假。《哪吒之魔童闹海》虽然没有直接在情节上使用这种方式,却在美术设计上延续了传统动画美术的变身思路,对人物进行了不同风格和性格的美术化重塑。从这一点来说,“哪吒”系列的两部作品对中国传统美术有着显而易见的承继和发展,并创造性地将这“变身”美术技法转化为“共用肉身”的美术设计,实现了在情节上的趣味性和在美术设计上的创新性。

哪吒的两次变身在视觉形象塑造与人物内核两个层面完成了对传统美学的延续与反叛,在变与不变之中摸索出国产动画对传统美学的化用之道。

哪吒形象对传统美学的破与立

在传统美学范式之下,哪吒形象主要经历过三次重大变迁。哪吒形象起源于西汉时期的《佛所行赞经》,后于魏晋时期随佛教传入我国。最初的哪吒形象为英勇少年,佛教护法神毗沙门天王之子,手持戟器,捧塔而立。宋代时期,哪吒形象进一步丰富,出现了八臂三眸、三头六臂等描绘。到了明代《封神演义》中,哪吒的形象和故事都发生了重大变化——哪吒被描绘为发生叙事于转世,受元始天尊命下世助姜子牙伐纣。哪吒的形象从佛教护法神转变为道教英雄神,失去了肉身后被太乙真人用莲花再造身体,这也是后世哪吒形象和人设的主要来源。现代文化中,哪吒形象经历了多次转变,1961年的《大闹天宫》和1979年的《哪吒闹海》基本延续了《封神演义》的哪吒形象。20世纪末到21世纪初,受美、日动画和港片的影响,哪吒形象也难逃被解构的宿命。时至今日,在当代性危机和当代社会的结构性困局之下,哪吒又一次突破传统美学范式,被塑造为反抗命运、追求心中正义与自由的反叛少年。

从哪吒形象的美学变迁史中不难看出,其每一次变化都恰逢时代之巨变,在不同的文化思潮和时代语境下,哪吒形象成为传统美学的试金石,随之发生叙事和美学造型上的变化。从魏晋时代到宋明时期,哪吒形象之所以从佛教护法神演变为道教英雄神,与当时盛行的宗教密切相关。魏晋时期尊崇佛教,宋明时期道教盛行,哪吒的形象有此迁移不足为奇。不仅是宗教信仰,文化媒介也对哪吒形象的塑造起到了至关重要的作用。随着明代话本和清代小说文化的平民化推行,使得哪吒形象被逐渐以《封神榜》中的样子固定下来。到了现代,在电影、电视、电子游戏、互联网等文化的裹挟中,哪吒形象在全球范围内有了更为广泛多元的传播与塑造可能。

第一部,哪吒在三岁生日宴上得知自己是魔丸,从喜悦变为悲愤,接过师父太乙真人的礼物后,哪吒经历了第一次变身,从双手插兜、无所事事变为踩着风火轮、披上混天绫要与天地众生相斗的状态。在这个变身中,哪吒形象以风火轮和混天绫为标识物,完成了从影片创新形象向传统哪吒形象的靠拢。观众对哪吒的形象期待也在此刻完成了从创新性体验到传统性认知回归的过程。可以说,这

当“哪吒”遇到“IMAX”

——由IMAX版《哪吒2》逆袭看北京市巨幕影厅建设

■文/刘思羽

“五年磨一剑”的动画影片《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)在2025年春节档上映后,迅速成为档期最大赢家,目前荣登全球动画电影票房冠军宝座,位列全球影史票房前八。同时,其国内观影人数也突破了2.8亿人次,创下有市场统计以来的最高观影纪录。

此次《哪吒2》以2D和3D全版本上映,包含IMAX、CINITY、CGS中国巨幕、杜比视界等在内的多种不同制式。而当“哪吒”遇到“IMAX”,东方美学与现代科技的碰撞呈现出超乎想象的视听奇观,让观众直呼“炸裂”。数据显示,春节期间全国IMAX影厅《哪吒2》一路逆袭,日均排片达8.2场,创动画电影新纪录。影片上映仅15天,全国IMAX影厅就以不足1%的银幕数贡献了5.62亿票房,接近总票房的6%。远超行业平均水平。观众调研显示,85%的IMAX场次观众认为“视听效果远超预期”,尤其是年轻观众将哪吒与敖丙的决战场景评价为“颠覆性体验”。其高票价(约为普通厅的2倍)仍吸引观众为技术溢价买单,反映出市场对高品质观影的强烈需求。

北京市作为全国文化中心和影视产业发展最具活力的城市,目前共有33家IMAX影厅,其中31家在放映商业电影。中国电影博物馆拥有全市银幕最大(银幕宽28米,高22米)和最顶级放映系统的一代激光IMAX(IMAX GT Laser)巨幕厅。凭借其卓越的观影体验,自《哪吒2》上映以来,影厅场场爆满,不少观众纷纷推出了购票攻略,但仍一票难求。为回应并满足观众的观影需求,从2月11日起,中国电影博物馆每晚19:00在IMAX影厅加映了一场《哪吒之魔童闹海》排片,2月11日—14日,晚上座率均超过99.5%。2月15日开始,中国电影博物馆每晚又增加了一场IMAX排片。至此,该片每天在馆内上映8场,其中IMAX影厅已达到5场,虽一票难求的局面有所缓解,但依然无法满足观众持续热烈的观影需求。由此可见,IMAX版《哪吒2》的市场逆袭不仅标志着中国动画工业一次巨大的技术跨越,也重新定义了

国产动画的视听标准,对当下以IMAX为代表的巨幕影厅建设提出了新的课题和挑战。

一、加速IMAX影厅向激光化、高格式化转型

IMAX影院放映系统作为当前全球视听科技创新的标杆,始终是追求极致视听体验的观众观影的首选。目前,其核心技术已经历了三次大规模的迭代:即IMAX胶片放映系统、IMAX数字放映系统、IMAX激光放映系统。其中IMAX激光放映系统又分为一代激光IMAX、二代激光IMAX和三代激光IMAX三大版本。一代激光IMAX——IMAX GT Laser,是针对胶片时代超大厅升级问题而设计的。它采用两台4K分辨率激光放映机,12.1声道音响系统,可支持1.43:1画幅比放映,能够呈现更为清晰的画面和超强精准定位的震撼音效,给观众带来极强的临场体验,是观看特效大片的最佳理想选择。但由于其专门为超大型影院而设计,造价和设备成本高昂,因此难以进行商业普及。二代激光IMAX——IMAX Commercial Laser,是专门为中型影院商业放映而设计的,解决了一代激光无法普及的问题。其放映机从一代的双机减配为单机双镜头,虽然在画质上较一代略逊一筹,但仍然优于普通的数字IMAX。三代激光IMAX——IMAX Laser XT,是二代激光IMAX的减配版本,在画质上与二代存在一定差距,更加注重适用性和经济性。

据统计,目前北京市33家IMAX影厅中配备激光放映系统的只有13家,其余皆为传统数字(氙灯)放映系统。而配备最顶级的一代激光放映系统的IMAX影厅只有中国电影博物馆一家。虽然这些影厅都冠之以“IMAX”之名,但其视听效果和观影体验仍有较大差异,远远无法满足观众对高品质观影体验的需求。因此,在《哪吒2》等高格式国产大片的推动下,加速现有IMAX影厅向激光化、高格式化转型,已成为影院行业的重要趋势,也是提升观众观影体验的核心举措。

2024年6月,万达电影与IMAX中

国在北京签署了技术与内容战略合作升级协议,将在包括北京、上海、广州、深圳等城市在内的61家影城中对IMAX影厅进行激光系统升级。而《哪吒2》的成功也将促使IMAX公司加速在中国市场的技术布局。

二、打造新观影打卡点,优化观影布局

2024年,北京市商务局等8部门发布《促进多元消费业态融合高质量发展行动方案》,提出了多元消费业态融合发展的新目标。2025年,北京将建立商旅文体展融合机制,培育壮大消费新业态新模式,推出10个以上商旅文体展融合发展示范商圈,加快推动4片国际消费体验区建设,高标准建设颐堤港二期、张家湾商业娱乐综合体等标志项目。北京市应借此机会在示范商圈和娱乐综合区域加强IMAX影厅的建设,不断打造IMAX新观影打卡点。

同时,政府可以通过制定相关政策来引导和支持IMAX影厅的优化布局。根据《北京城市总体规划(2016年—2035年)》《“十四五”北京电影发展规划》要求,北京市电影局已将影院建设纳入市区两级国民经济和社会发展规划,在人口密度、区域功能、后续发展预期等因素,作为制定影院建设规划、出台政策扶持措施的重要依据。在北京五环路外、城市副中心、乡镇等区域的新建多厅影院,能享受更多政策扶持补贴。据统计,目前北京市的33家IMAX影厅中,有13家分布在朝阳区,占全市IMAX影厅数量的近三分之一。位于北京城市副中心的环球城市大道电影院目前拥有北京市第二大IMAX银幕,自《哪吒2》上映以来达到建成以来观影人数的新高峰。因此,在城市副中心(如通州环球影城周边)、亦庄开发区等人口密集的新兴区域,京郊地区和生态涵养区等影院覆盖率偏低地区新建IMAX影厅,并给予政策扶持和补贴,以降低其运营成本,实现市民就近观影,已迫在眉睫。

三、提升国产高格式影院放映系统的市场占有率

目前,北京市除33家IMAX影厅之外,还有22家CINITY影厅,8家CGS中国巨幕影厅。据灯塔数据显示,《哪吒2》在CINITY等巨幕厅的票房占比从上映初期的3.6%迅速提升至6.4%,成为观众二刷及多刷的首选影厅类型,凸显了国产高格式放映系统在市场竞争中的差异化优势。

CGS中国巨幕和CINITY是中影集团旗下由中国自主研发的高端巨幕电影放映系统。其中CINITY于2019年8月正式推出,创造性地融合了4K、3D、高亮度、高帧率、高动态范围、广色域、沉浸式声音七大电影放映领域的高新技术。2023年,中影正式发布了具有自主知识产权的CINITY LED放映系统,成为全球首款实现4K/120帧放映的LED放映系统。目前,全国对外营业的CINITY LED影厅有26家,北京市有两家。2025年1月,CINITY LED放映系统获得全球首个DCI CPT1.4.1认证,成为唯一支持HDR的LED直显放映系统。这一技术突破不仅填补了全球空白,也为《哪吒2》等高格式影片的放映提供了硬件保障。

2024年5月,国家发展改革委、住房和城乡建设部、文化和旅游部、国家电影局、广电总局、国家文物局联合对外发布《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》,在重点任务中对推进电影放映技术自主创新提出了明确要求:推广新一代影院装备系统,大规模实施影院LED屏放映系统更新计划,做强自主知识产权影院装备品牌,重塑电影放映业务形态,为观众提供更加舒适、便捷、丰富的电影消费服务。这无疑为LED电影屏和高格式放映技术的加速成长注入了强劲动力。未来,随着国产高格式放映系统技术的日益成熟,其市场占有率的不断提升必将给巨幕影厅建设带来更多差异化的发展空间,从而进一步满足观众对高品质观影体验的需求。

(作者系中国电影博物馆研究院研究员)

亚洲最宽IMAX-GT银幕带火贵阳文旅

本报讯 国产动画电影《哪吒之魔童闹海》全国热映之际,贵阳越界影城IMAX-GT影厅凭借亚洲最宽银幕(宽32.16米、高18.17米)和尖端放映技术,单日吸引超4000人次观影,其中40%以上为跨省观众,并形成“观影+文旅”消费新场景。2025年第8周(2月17日—2月23日)人次位居全国第一。

2月20日下午1点20分,714座的IMAX-GT影厅检票口外已排起长

队。这座配备新一代4K激光放映系统、专属光学引擎的影厅,自《哪吒2》上映以来连续多日登顶全国影院单日票房榜首。

贵阳越界影城区域经理冯志鹏说:“现在我们的IMAX-GT影厅全天只排映《哪吒2》,前来观影的外省影迷能够占到40%~50%的人数,甚至有北京、浙江、天津的影迷过来打卡观影。”

越来越多的外地影迷专程前往

贵阳,只为了体验这份极致的观影效果。来自上海的影迷曹贇表示:“银幕的尺寸对我的观影体验影响很大,IMAX-GT影厅全国只有6个,贵阳就有一个,所以特意从上海飞过来看《哪吒2》,也觉得在贵州的旅游体验非常好。”

来自四川的影迷阮先生告诉记者:“IMAX-GT影厅的银幕很大,画面很清晰,声音音效也都让我感到非常震撼。在贵阳旅行的这几天,我住得很舒服,

很多贵州特色小吃都很好吃。”

影院还与周边商业体深度合作。缤纷花园酒店通过推出观影住宿套餐、会员权益互通、深夜免费宵夜等“宠粉”优惠,入住率较之前提高了40%,达到80%以上,酒店总经理凌凌说:“这次和越界影城的合作,让我们感受到了文化加商业模式的可运营性。我们接下来还会和周边高品质商户进行联合运营,充分带动区域的经济。”(支乡)

北京警方查获处理四名倒卖电影票违法人员

本报讯 《哪吒之魔童闹海》自上映后票房持续火热,中国电影博物馆IMAX GT影厅更是一票难求。近日,北京警方针对倒卖影票IMAX票源的“黄牛”进行了打击,现已查获处理吴某某等4名违法人员。

据北京警方介绍,吴某等人从紧俏的中国电影博物馆IMAX票

源中嗅到了所谓“商机”,根本不为自己观影购票,而是抱着非法牟利的目的,恶意抢占官方票源后在网络平台加价倒卖。他们根据影票的不同位置和时段,将原价83元的电影票以300至2000余元不等的价格进行售卖。目前,吴某等4人因倒卖有价票证已被公安机关依法行政拘留。

针对加价倒票行为,中国电影博物馆发文表示,为维护自身权益,保障观影体验,我们提醒观众朋友们务必通过猫眼、淘票票等正规售票平台购买电影票,切勿轻信非正规渠道的购票信息,以免遭受不必要的经济损失。让我们携手抵制加价倒票行为,共同维护公平、有序的电影市场环境。

警方也提示广大市民,要通过正规途径购票,拒绝加价交易,避免因购买非法票证造成财产损失或个人信息泄露。同时,在日常工作或生活中发现“黄牛”倒票等相关违法犯罪行为,请及时向公安机关举报,警方将依法严厉打击。

(花花)