



2月13日19时10分,《哪吒之魔童闹海》(简称《哪吒2》)在全球影迷的瞩目下,创造了100亿元票房的骄人纪录。

人们不禁要问:《哪吒2》何以“高开疯走”?对于郑州而言,从城市文旅的“哪吒”视角,当如何讲好郑州故事?记者走访相关专家,他们共同提出解锁郑州文旅破局的三维密码。



郑州一家商场布置的《哪吒》宣传牌

# 《哪吒2》破百亿元,给郑州文旅带来哪些启示

## 相关专家解锁破局密码

### 《哪吒2》引爆观影潮 衍生品随之火热

影片上映当天,记者凌晨2点来到郑州某影院,本以为这个时间段没什么人,结果发现每个影厅都人满为患。该影院负责人表示,据统计,观看这部影片的人群中,30岁至39岁观众占比突出,而且有大量观众走进电影院二刷甚至三刷《哪吒2》,甚至“召回”了大量市场低频观众。

“这部电影故事很生动,角色妙趣横生。编剧脑洞大开,剧情反转不断,让你永远猜不到下一步怎么走。”西西不久前和朋友一起三刷了这部影片,她告诉记者,精彩视觉特效所带来的震撼观看体验,让她每次走出影院都意犹未尽。

“电影里所有的服饰都是中国古代有依据的,比如龙王的龙吞刀和龙吞钺

甲,还有章鱼的锁子甲,甚至连玉虚宫里的几只鸟,也是依据文物排布的,真是让人惊叹。”汉服爱好者月在观影这天特意穿上马面裙。

16天里,《哪吒2》一路高歌猛进、捷报频传,13日晚间越过100亿元人民币大关。

五年磨一剑,《哪吒2》在衍生品开发上也做了更充分的准备,在大年初一影片首映的同时,卡牌、盲盒手办、搪胶毛绒玩偶等系列产品都同步上市。自上映以来,官方与电影院联名爆米花桶也库存“告急”。

还有“哪吒热”引发的全国“抢娃大战”,各地为了证明哪吒到底是谁家的,都使出了浑身解数,从人文地理到民间传说展开“抢吒儿”之战。

### 国漫崛起“三太子”凭何一骑绝尘

从《大圣归来》《大鱼海棠》到《白蛇:缘起》《哪吒之魔童降世》,国漫创作团队深入挖掘国内本土题材,大胆创新表现形式,一次次站上银幕“C位”。如今《哪吒2》的火爆出圈,意味着国产动画电影正在经历一场质变。

除了占据春节档的“天时”,《哪吒2》中精彩的故事和鲜活的人物引发观众的情感共鸣。在电影中,大家可以在结界兽形象中找到三星堆遗址青铜人像的影子,太乙真人被设计为一位会说四川方言、带有喜剧色彩的角色。

内容创作上,许多90后观众认为,《哪吒2》依然拥有宏大的世界观,在延续前作“我命由我不由天”内核的同时,又巧妙地融入了亲情、友情,以及对自我认知、责任担当的深刻思考,使故事既有深度又有温度。

“让我印象最深刻的是申公豹因亲人申小豹到访,内心温情的一面被唤醒的那一幕。”小城观影后表示,片中角色塑造同样丰富立体,许多情节使得片中人物故事得以与观众形成情感共振。

中国传统文化是一座取之不尽的宝藏,有专业影评人认为,《哪吒2》以中国方式的叙事,把“哪吒闹海”这一经典神话故事进行大胆改编,巧妙地将传统元素与现代审美结合,其中蕴含的都是

中华文化的精神内核。

在观影中,记者发现,影片在视觉呈现上融入了大量中国传统文化元素,如永定土楼、敦煌壁画、书法笔意等。通过现代动画技术和特效手段,这些元素被赋予了新的生命力,创造出独特的“新国风”美学。

“让我印象最深的是哪吒极具代表性的‘烟熏妆’和发型,还有神秘的龙宫以及烟火气十足的陈塘关,都让我沉浸式感受古色古香的神话世界。”在影视爱好者雷雷看来,《哪吒2》在画面细节上也做到了极致,无论是角色的塑造、场景的设计,还是光影的运用,都展现出了制作团队的用心与才华。

任何作品都必然是产业环境的缩影,来自天南地北的中国动画工业力量尽数灌注于“魔童”一身。《哪吒2》片尾谢幕时,出现了138家中国动画公司。据了解,电影整整做了5年,其间这138家中国动画公司为《哪吒2》共创作了2400多个镜头,其中特效镜头超过1900个,特效元素高达1万多个。

“最后看到138家中国动画公司全员出动时,感觉特别激动,就像全体龙族取下身上最硬的鳞片,给敖丙制作坚不可摧的万龙甲一样。”32岁的齐先生看完后激动地说。

### 专家解锁郑州文旅如何破局

哪吒IP的爆火,不仅让观众看到了国漫、中国文化崛起的希望,也为郑州这座历史名城文旅IP的开发提供了新的思路。对此,记者走访了多个领域的相关专家,他们共同提出了解锁郑州文旅破局的三维密码——“广度”“深度”“新度”。

**广度**——《哪吒2》将中国神话故事进行现代化改编,赋予角色更贴近当代观众的情感共鸣,如反叛、成长、亲情等。对此,河南省社会科学院文学研究所教授宋朝丽认为,IP是城市经济与消费升级的抓手,郑州文旅产业可以结合郑州悠久的历史、民俗风情等,开发具有地域特色的文化IP。

郑州地处黄河中下游,是古代城市的重要发源地,也是黄河文化中的璀璨明珠,拥有丰富历史文旅资源。“对此,我们可以对郑州商城国家考古遗址公园、郑州商都遗址博物院、东城垣遗址博物馆等文化新地标进行升级改造,可以利用城市故事、特色建筑等资源禀赋将棉纺厂、砂轮厂、纺织机械厂等工业遗存转换为助力城市更新、延续城市乡愁、新增人文消费场景的重要载体。”宋朝丽表示。

**深度**——也有专家认为,《哪吒2》的成功,本质是“情感价值”的胜利。郑州市社会科学院文化研究所所长刘涛表示,未来的IP经济,比拼的不仅是内容质量,更是“情感连接”的深度。“郑州经历了从农业社会的形成到产业兴起的转变,从城邦国家到一统王朝的演变。文旅项目同样需要引发游客情感共鸣。杜甫故里、李商隐、白居易故居等各类文旅项目可以通过故事化场景、主题化体验等方式,融入家国情怀、文化自信等价值观,增强游客的参与感和认同感。”

**新度**——电影衍生品、游戏、主题展览等产业链不断延伸,“文旅+科技”融出新高度,从服务细节创新项目体验。郑州市文化旅游和体育集团有限公司副总经理严文斌认为,文旅产业需打破“单一门票经济”,通过IP授权、联名合作、场景消费等方式

实现多元变现。“在郑州,管城区阜民里植入潮流买手店、潮牌服饰店、时尚餐饮、沉浸式剧场等业态;对油化厂、二砂文创园、芝麻街等创意园引入文创、非遗、特展、餐饮等多种业态,实现了‘老树开新枝’。这些优秀案例都是值得借鉴的。”

“文化创新不是推倒重来,而是融合传统的创造性转化。”刘涛认为,《哪吒》系列是文化与科技基因上的一次“水乳交融”。《哪吒2》的视觉特效和3D技术为观众提供了震撼体验。文旅产业也可借助VR/AR、全息投影、元宇宙等技术,打造虚实结合的沉浸式场景。“如今,郑州美术馆不仅正常开放各类艺术作品展,其全新上线的VR沉浸式体验项目《玄鸟生商》也迎来大批游客入馆体验;河南博物院推出的《唐宫夜宴》XR大空间沉浸展也吸引了众多观众,该展览将传统文化与数字技术相融合,观众置身虚拟“唐朝世界。”

面对“哪吒热”,严文斌表示:“对于郑州而言,我们的文旅宣传也要从细节入手,从交通、住宿、餐饮再到娱乐,每一个环节都应该让游客如宾而至。比如,郑州站去年就针对出行游客常见的物品遗失找寻、购票改签等业务做好全流程引导帮助,候车厅实现洗手池快速出温水,从细节入手,提升游客出行体验。”

记者 李娜 陶然 文/图



古灵精怪的哪吒(电影海报)