

《哪吒之魔童闹海》登顶中国影史票房榜

■ 沈秋妍

国产动漫的美学力量有多大



中国影史票房第一!《哪吒之魔童闹海》霸气登顶! 16字回应

票房连续逆跌,现在仍在稳定增长,截至发稿,影片《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)票房突破65亿元,超过2019年上映的《哪吒之魔童降世》(以下简称《哪吒1》)。

在2月6日,《哪吒2》票房超过《长津湖》,登顶中国影史票房榜。它无疑是今年春节档的断层爆款,而哪吒也成为了“影史首位3岁百亿影人”。

“哪吒”作为中国古代神话传说中的重要角色,是从古至今被多次演绎和丰富的“大IP”,但这也是一把双刃剑。“本土明星”自带“中国流量”,但新的时代必然面临着重新审视,尤其是在《哪吒1》的超高票房下,《哪吒2》的归来可以说是万众瞩目,如何才能不狗尾续貂,导演饺子用了五年时间回答。

东方赛博朋克美学

《哪吒2》的美术团队独创的“东方赛博朋克”美学,将传统文化与未来科技完美融合,在延续了第一部的精美画风的基础上,同时通过精细的制作和创新的设计,为观众呈现了一个更加绚丽和震撼的视觉世界。

电影中的场景设计充满了东方美学的韵味且意蕴丰富,无论是玉虚宫的“高处不胜寒”,还是海水的波诡云谲,都被用细腻的笔触和丰富的光影效果呈现出来,而四位龙王的冠冕均参照《山海经》中的星宿图设计,将中国传统文化的精髓展现得淋漓尽致。

四大龙王的形象设计深度挖掘了中国传统文化,设计团队参考了故宫龙纹样、上古雕塑及明清龙形,又从“金木水火土”五行元素汲取灵感,确保其符合“中国龙”的审美内核。而在色彩上红与蓝的碰撞最为明显,色系又以血缘纽带联系起来,敖丙的身上是淡蓝色的,而敖光是以白色为主,带有淡淡的青灰色,“敖光的定位就是一定要帅,而且他跟敖丙的帅必须是同一个范儿的帅,一眼就能看出是一家人。”角色设计申威如是说道。

不仅如此,影片的特效制作也堪称一流,无论是战斗场面的激烈震撼,还是法术效果的绚丽多彩,都让人目不暇接。据统计,《哪吒2》仅特效镜头就超过《哪吒1》全片镜头量——《哪吒1》全片镜头1800+,《哪吒2》全片镜头2400+,特效镜头1900+,角色数量也是第一部的三倍,其中达到顶极视觉效果S级的场面就有30多个镜头,涉及剔骨削肉、洪流对战、炼化龙宫等多场戏。

“台上一分钟,台下十年功”,舍得投入、精细打磨过的动画特效在IMAX大屏幕上得到极致呈现,不管美术概念还是分镜设计,不论是戴着近视眼镜还是“显微镜”



《哪吒之魔童闹海》海报

的观众都能看得出来是用了心,在敖丙的龙鳞甲上,220万片独立的龙鳞,每片都具备反光、磨损、挂水珠等特效,甚至连水滴下落的速度都经过精确计算,达到了令人发指的程度;而陈塘关大战中被释放出的百万妖兽,他们身上的百万条锁链如同头发丝一样在空中飘荡,却仍然乱中有序,将神话世界中的奇幻元素得以完美还原,给观众带来了极致的视觉享受。“糊弄过去心里过意不去,也是对期待《哪吒2》的观众的一种尊重。”

饺子曾经说过,“原来够不到的地方,垫着脚尖拼命去够。”现在《哪吒2》的又一次成功,无疑是一场双向奔赴,其良心制作回应了观众的期待,观众才能造就电影票房的奇迹。

战斗与对抗的力量美学

北海龙王敖顺全身的盔甲都是由利刃组成,在打斗时,这些利刃会拆解和拼合,他的“刺客式”战斗设计,既符合角色阴险狡诈的性格,又增强了视觉冲击力。申威说,“他在打斗时还会做出一些反关节甚至是无关节的动作,在设计时,铠甲上的利刃如何呈现出来、打斗动作又

如何展开,都要考虑得非常清楚才行。”

其中打斗戏摒弃了简单的技能对轰,而是融合传统武术招式,动作设计兼具力量感与流畅性,在魔法世界也要拳拳到肉。敖丙和敖顺的对打加起来只有半分钟,却用了半年时间,分镜设计谢小彬说,“饺子不想要那种天马行空的两个人飞来飞去地打,他要求两个人贴身搏斗,一招一式有点以前老邵氏港片的意思,但是又要展现神话的神奇。”仙界妖兽军团大战的“名场面”,饺子希望能够突破传统神话题材作品中平面战斗的模式,呈现出类似两个鸟群战斗的效果。为实现这一创意,团队花费了一年半时间,单个镜头多次渲染,最长渲染时长达到100多个小时。最终在这场战斗中出现的部队数量高达2亿,宏观上像汹涌的浪花,微观上每朵浪花各有姿态,实现了“千军万马”的震撼视觉呈现。

在主旨上,《哪吒2》延续了前作“反抗”的精神内核,却以更宏大的叙事格局、更深刻的时代隐喻和更丰满的角色塑造,让哪吒完成了从“我命由我不由天,是魔是仙,我自己说了算”到“小爷是魔,那又如何”的转变,从与身份的偏见对峙转变为对抗整个世界运行规则的不公。

哪吒在第一部剔骨削肉,第二部中穿心咒。在影片中哪吒肉体被“穿心咒”分割成600余枚碎片,画面里甚至他身上的上千根刺清晰可见,这么痛的领悟,他终于意识到“规则不变,世界不变”,所以打碎、重塑,最终他也完成了对自我身份的认同。饺子说,“改变这规则,光靠他自己不一定能做到,他也影响到了身边越来越多人”,这一身反骨——勇于反抗与重塑不公——也同样感染了荧幕前的观众,实现了价值认同。

作为一部动画电影来说,这意味着它的受众人群将面向未成年人,在这一方面,导演并没有将哪吒自刎“削肉还母,剔骨还父”的画面过于诗意化的表达,也没有刻意追求写实,而是让情节意义高于画面,把握了一个很好的度,有力而不暴力。

在美学层面上,它也已经远远超越了一部动画电影本身,它凭借着文化自信和技术自信为我们讲好了一个精彩的中国故事,可以说它代表着中国动画从技术层面到艺术表达的跨越式的进步。

《哪吒2》领跑今年的全球票房之后,有美媒称赞它“通过展示中国最先进的动画技术和引人入胜的故事叙述而引起轰动”,还预测它将成为世界上单一市场票房最高的动画电影,中国动漫逐渐掌握了用全球技术讲述本土美学的密码,而这种美学力量正在重塑世界对中国动画的认知,成为文化输出的新支点。(图片来自电影《哪吒之魔童闹海》官方微博)