

文化产业信息动态

2025 年 第 5 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2025 年 2 月 21 日

目 录

- 1.《哪吒 2》带给文化产业的启示
- 2.多地争抢哪吒“户籍”为哪般

《哪吒2》带给文化产业的启示

来源：光明日报 2025 年 2 月 21 日 毛巧晖

眼下热映的《哪吒之魔童闹海》（以下简称《哪吒2》）中，哪吒与敖丙的友情羁绊以及两人抗争命运的故事，引发了广泛的关注和讨论。影片中精心雕琢的故事情节、视觉符号及音乐元素，既展现了东方美学的独特魅力，又符合国际观众的审美习惯，是讲述中国故事、传播中国声音的一次有效尝试。

《哪吒2》何以实现票房口碑双高？一个重要原因就是，影片既保持了精良的制作水准和艺术追求，又通过成熟的运营和市场化运作，创造了可观的经济效益。影片中对中国传统文化元素的创新诠释与表达，切实增强其艺术性，极大地提升了文化的感染力。制作团队在不放弃艺术追求的同时，深入研究市场需求和观众偏好，在故事编排、角色设计、场景构建等方面都体现了对市场的精准把握。同时，影片创新探索衍生品开发、主题公园合作等多元化商业模式，延长了产业链条，提升了文化影响力。这种将艺术价值与商业价值有机结合的做法，为中国动画电影产业的可持续发展提供了有益借鉴。

其实，从 20 世纪 60 年代的《大闹天宫》到如今的“哪吒”系列，中国动画电影一直在探索讲述中国故事的最佳方式。无论是《大闹天宫》对传统神话的现代演绎，还是《小蝌蚪找妈妈》对水墨动画的大胆尝试，抑或是《宝莲灯》对亲情与勇气的深刻剖析，再到《大圣归来》对经典 IP 的现代诠释，以及《大鱼海棠》中丰富的

民俗元素和深邃的哲学思考，都充分彰显了文艺工作者在中华优秀传统文化传承与保护中的创新精神和不懈追求。正是这些代代传承的精神与接续努力，让中华优秀传统文化在现代社会持续焕发无限生机活力。

《哪吒2》承续了这一优良传统，更让人惊喜的是，它充分利用了数字时代的技术与理念新优势进行创新诠释，在坚守文化传统、守护文化根脉的同时，赋予中华优秀传统文化新的时代内涵和表达形式。《哪吒2》的成功也启示我们，文化产业发展既要扎根传统，又要面向现代；既要保持文化自信，又要具备国际视野。

不断被刷新的票房以及持续升温的讨论背后，是人们对更多好电影的期待和呼唤。能经得起时间和观众检验的好电影，一定是既对中华优秀传统文化的精神内核进行了深度挖掘和精准提炼，又善于运用现代科技和艺术手法进行创新表达；既立足本土，又放眼世界，用国际化的语言讲述中国故事。如此，就不难实现艺术价值和商业价值的双赢，实现文化传播与产业发展的良性互动。也只有在此基础上，才能推动中国文化产业高质量发展，不断提升中华优秀传统文化的国际影响力和竞争力，为增强国家文化软实力注入更多动能，向世界更好呈现真实、立体、全面的中国。

《哪吒2》的成功，为中国动画电影乃至整个文化产业的发展提供了有益借鉴，极大提振了广大电影从业者的信心。我们笃信，坚定文化自信，勇于创新创造，善于运用现代科技和艺术手法，在传承中创新，在创新中发展，必能创作出更多无愧于时代的优秀作品，让中华文化在世界舞台上绽放更加绚丽的光彩。

我们也要清醒地认识到，文化创新是一个长期的过程，需要持续投入和积累。《哪吒2》的成功经验当然要总结和推广，但更重要的是，在此基础上继续探索、不断突破，增加政策扶持、推动市场培育多方协同，让中国文化产业实现跨越式发展。

（作者：毛巧晖，系中国社会科学院民族文学研究所研究员）

多地争抢哪吒“户籍”为哪般

来源：大众日报 2025年2月17日 张九龙

2月6日，影片《哪吒之魔童闹海》（简称《哪吒2》）超过《长津湖》，登顶中国影史票房榜。与此同时，各地文旅部门迅速行动起来。四川宜宾的哪吒故里景区连夜更新宣传片，将电影中的经典场景与实景拍摄无缝衔接。天津河西区在24小时内推出哪吒主题游线路，将博物馆、文化街区、主题餐厅打包成套餐产品……

流量变现的短期效应的确可观。但哪吒是个虚构人物，虽有原型，其来源十分复杂，从无定论。在传统民间信仰中，哪吒是超越地域的普世性神祇，其庙宇遍布天下，各地想找些关联并非难事。眼下，出于经济利益，一些地方执着于将神话人物锚定在具体坐标，大可不必。

在注意力经济时代，借势营销是文旅产业的基本功，可就算搭上便车，一不小心也许会被流量反噬。比如，部分景区为赶热度仓促上马项目，导致体验质量参差不齐；一些地方过度商业化开发，破坏了文化景观的原真性；更有甚者，为了论证合理性、正当性，不惜编造历史依据，上马假项目。

短期流量的涌入，并不能保证文旅产业的长期繁荣。许多“网红”城市在经历了短暂的热潮后，因为缺乏深度的规划和持续的投入而迅速冷却。可见，文旅产业发展需要的不仅是短期的关注和流量，更需要长期的积累和沉淀。这包括对文化资源的深度挖掘、对旅游产品的持续创新以及对游客体验的不断优化，得有系统化思维，且耐得住性子。

迪士尼的米老鼠形象历经百年而不衰，靠的不是简单的形象复制，而是不断赋予其新的时代内涵。日本熊本县通过熊本熊 IP 的开发，不仅带动了旅游业，还促进了农业、制造业的协同发展。反观“哪吒”主题开发，大多停留在形象借用层面，缺乏深度的内容创新。一些地方仍局限于景区门票和纪念品销售，缺乏对“哪吒”产业链的深度挖掘。这提示我们，建立专业的内容创作团队，持续产出优质的文化产品，才能保持文化 IP 的活力。可以考虑开发主题研学、文化创意、数字娱乐等多元业态，形成生态闭环，才能真正实现文旅融合高质量发展。文化传承与商业价值的平衡至关重要。过度商业化会导致文化内涵的流失，而过于保守又难以适应现代市场需求。

在将神话传说转化为文旅 IP 时，不应止步于地理符号的争夺，而需坚持长期主义，多做“加法”“乘法”。《哪吒 2》的制作团队在取得《哪吒之魔童降世》的巨大成功后，并没有急于推出续作，而是选择闭关五年，专注于续作的精雕细琢。《哪吒 2》的角色数量是前作的三倍，特效镜头超过 1900 个，全片镜头数达 2400 多个。这种“笨功夫”式的创作方式，虽然耗时耗力，但最终呈现出的效果却是震撼人心的。

当热潮退去，真正能留下的是那些深耕文化内涵、创新表现形式、注重用户体验的东西。真正的文化传承，不在于为了争夺短期的流量，去考证神话人物的户籍所在地，而在于让神话人物的精神内核，在当代人的生活实践中获得新的诠释，真正赢得市场的尊重。

（编辑 杨珠峰）