中国动画何以创造了世界第一

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》……从二十世纪五六十年代起，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，一直到二十世纪八九十年代，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：“文化自信涵育了创作者，也涵育了观众。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。”

从撷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，动画以充满喜感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，在上映空窗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。

慧眼评诗

湿地公园早春

张淑芬

雪化溪流映碧天，
鹅黄摆柳荡湖边。
高枝喜鹊喳喳叫，
唤醒春回秀色添。

周殿龙评点：

题目鲜明。地点，湿地公园；时间，早春。全诗扣紧题目展开。首句即切题，“雪化”点明早春时节，“溪流”突出湿地特征。而因雪化故成溪流，又与碧天相映。让人心旷神怡。二句紧承上句写湖边柳色鹅黄，柔枝随风飘荡，又进一步加强渲染了湿地早春气息。第三句承而有转，写“高枝喜鹊喳喳叫”，由迎眸春色到入耳春声，构成了音乐与图画的和谐美。前三句看似写景，实则句句含情，借大自然美景抒发了胸中喜悦之情。第四句直抒胸臆，表达了对春回大地的热情歌颂与美好憧憬。语言朴实流畅，结构安排合理。意境优美，情感真实。

捣练子·春（童年趣事之一）

范学东

风摆柳，燕儿欢，发小争相放纸鸢。你抢我夺丝线断，罪魁撒腿一溜烟。

周殿龙评点：

一首小令，回忆童年趣事，抓住放纸鸢一件事，再现当年画面，历历在目，拨动心弦。全词共五句，均写景叙事，无一句抒情，而句句含情。首句“风摆柳”，因有风，故为第四句“丝线断”埋下伏笔。二句“燕儿欢”，看似闲笔，实际是为补托放纸鸢儿童的内心欢快。三句是核心，交代参与人员及活动内容。一动词“争”，既写出一群发小的天真烂漫，也再次为下句做铺垫。第四句是故事高潮。有了前边一、三句铺垫和第二句衬托，又加之“你抢我夺”的直接原因，导致了“丝线断”。一看惹祸了，结果“罪魁撒腿一溜烟”。非常符合儿童心理特点，惹了祸就害怕，又怕被追责，所以第一选择是逃之夭夭，暂时避祸。语言朴实又生动活泼。叙事脉络清晰，有开端，有发展，有高潮，有结局，宛如一篇微型小说。

传统文化走进年轻人的心

成敏敏

2025年央视元宵晚会出彩出圈，华服、戏腔与流行歌曲结合的国潮创作，在网上引来一大波流量。《哪吒闹元宵》《金蛇序曲》《一礼成人》等节目，打造了一场兼具传统意蕴与现代活力的团圆盛宴，精准“拿捏”住了年轻人的心。我们不仅感佩传统文化的魅力，更积极去思考中华优秀传统文化如何实现创造性转化、创新性发展。

类似的文化创新，是中国式现代化在文化领域中的一个具体体现。中国式现代化强调物质文明和精神文明相协调，既注重物质财富的积累，也重视精神文化的丰富。因此，以多种方式来提升大学生对中华优秀传统文化的领悟理解能力，不断增强文化自信，对于深化他们对中国式现代化的认同感具有重要意义。

五千多年来，中华文明从未中断，这一文明是中华民族的精神命脉，也是涵养社会主义核心价值观的重要源泉。大学生作为国家的未来和希望，增强他们对中华优秀传统文化的认同，有助于增强他们的文化自觉坚定文化自信，更好传承和弘扬中华文化。中华优秀传统文化蕴含着丰富的历史智慧和人文精神，能够激发大学生的学习兴趣和研究热情，促进传统文化的传承与发展，让中华文化在新时代焕发出更加绚丽的光彩。同时，通过中华优秀传统文化加强对大学生的道德修养、人格塑造和人文精神的培养，有助于提升他们的综合素质，为其全面发展奠定坚实基础。

中华优秀传统文化是文化自信的源泉和基础，文化自信是传承发展中华优秀传统文化的持久动力。高校可以通过创造良好的文化环境帮助大学生在中华优秀传统文化熏陶中不断增强文化自信心和民族自豪感。要在文化传承中实现身份认同。传统文化是一个民族历史、智慧与精神的结晶，它承载着民族的记忆与认同。通过学习和传承中华优秀传统文化，大学生可以更加深刻地认识到自己是中华儿女中的一员，从而增强归属感，尤其是在经济全球化的大背景之下，要保持文化自信，守牢文化根基十分必要。

爱国，是中华优秀传统文化的重要内容。坚守社会主义核心价值观，挖掘和阐发中华优秀传统文化的时代价值，让中华优秀传统文化蕴含的家国思想、人文精神、道德规范深入人心。比如，武汉大学组织学生创作演唱《家是珞珈》校园歌曲，将珞珈元素植入校园文化的艺术创作之中，激发学生爱党爱国爱校情怀。

此外，中华优秀传统文化蕴含着丰富的哲学思想、道德观念和艺术美学，这些价值在现代社会中依然具有不可替代的作用。还可以通过深入挖掘传统文化的价值内涵，让大学生更好理解人与自然、人与社会、人与自我之间的关系，从而在现代生活中找到精神寄托和价值导向。比如，河海大学举办“世界非物质文化遗产金坛刻纸进校园”“纸艺水韵——河海大学金坛刻纸实践工作坊”系列活动等，打造“水韵江南”金坛刻纸文化品牌，引导学生在实践活动中充分理解与感悟中华优秀传统文化，并将其内化于心、外化于行。

未来，要因材施教、多措并举，加强对大学生的文化形式认同、文化规范认同、文化价值认同教育，形成学校、社会、家庭的强大教育合力，让大学生成为中华优秀传统文化的传承者和创新者，为中国式现代化添砖加瓦。

返乡故事中彰显的文化自信

林朝

茶座

山东菏泽的一个故事在今年春节期间广为流传。女儿过年回村时惊讶地发现，妈妈竟然已成为网红，还会带货农产品，直播间人数上万，女儿笑称终于“望母成凤”。

过去是乡村仰视城市，走出大山奔向都市，如今人们返乡重新打量，乡村已不是那个乡村，它充满自信，甚至成为都市居民想象中的“诗与远方”。这个故事之所以在春节期间在网络上刷屏，是因为它并非个体体验，而是有着广泛代表性。类似的返乡故事就像现代人观念的一个横断面，记录着全面振兴的乡村的形象重构。

与这个故事形成鲜明对比的是10多年前很流行的返乡故事：年轻人晒春节回家前后“判若两人”的对比。回家前衣着光鲜亮丽，回家后打扮土得掉渣。乡村全面振兴带来的乡村发展和文化自信，深刻扭转了这种表达，以看得见的变化重塑着返乡的故事。乡村不再是被他者带着优越感去消费的对象，而是成为一个拥有乡村文化自信的主体，就像那个在镜头前自信地表演才艺、推销产品的网红妈妈。返乡故事中呈现的乡村文化自信，深刻体现在以下几个层面。

欢腾年味中的农耕文化自信。这两年春节，潮汕传统英歌舞表演以各种方式在社交媒体广泛传播，欢腾的大场面、姑娘小伙们欢歌的活力、“蛇步”中的文化传承，烘托出热气腾腾的年味。还有河南宝丰马街村的马街书会、浙江温岭石塘里箬村的大奏鼓表演，乡村的“非遗过大年”尤其红火热闹。传统中国以农耕为主导，春节深刻体现着农耕文化的特点。乙巳蛇年是首个“世界非遗版春节”，返乡故事对年味的追求与记录，是一种文化传承，体现现代对农耕传统“温情的敬意”——这是我们的文化根系，无论现代人走得多远，都离不开农耕文化的滋养。

陌生化再现中的乡村文化自信。乡村，曾是我们最熟悉的地方，但因为离开而变得陌生，而返乡时的陌生感，又提供了一种能带来新思考和新鲜感的陌生化效应，形成一种对乡村文化的再发现与再生产。在年轻人的返乡故事中，很多都在分享着乡村与城市“不一样”的东西，比如老家奇妙万能的锁、老院子古老的排水系统、奶奶蒸馒头特别的发面方式。过去返乡故事中记录的“不一样”包含着某种落后的想象，而如今的“不一样”更多的是一种惊奇和惊喜感——原来还有这样的“宝藏”，让我们看到了传统智慧。

社交分享中的地方文化自信。中国有无数乡村，每个地方的乡村可能都有着自己的文化特色，都有着独特的语言和风土人情。发达的社交媒体为乡村提供了“各美其美、美人之美”的分享渠道，在当下的返乡故事中，很多人都喜欢在朋友圈分享本地的特色，这种本土、地方特色成为一种社交中的文化资本。文化自信赋予了乡村保持“各美其美”独特性的价值自信，让乡村发展有差别而无差距。

松弛感中的小镇文化自信。返乡故事常常抒发着一种身在乡村的松弛，不必焦虑与追赶某种“社会时钟”，可以慢悠悠，步履从容。这种慢节奏，在“时间就是金钱”“时间就是生命”的观念系统中，代表着一种不思进取、没有变化、缺乏创造活力。而在快节奏的社会当中，乡村的慢文化则成了“诗与远方”的象征，让人得到休憩的空间。春节返乡所抚慰的乡愁，既有对亲人的思念，也有对“慢”的温情回归。

过去提起“村”与“农”，人们可能总会带着某种对落后的自卑，不敢那么大声地把“村”的名字喊出来，但今天越来越多的乡村把“村”叫出了骄傲、叫出了品牌、叫出了现象级传播。“村晚”“村超”“村BA”，不只是对城市现代流行文化的模仿，更是源于一种内生的精神文化自信，将地方文化、乡村文化、传统民俗与流行文化融合起来，创造出一种充满生命力的新乡村文化。返乡故事中彰显的文化自信表明，乡村全面振兴提振着乡村的文化自信，而这种文化自信必将推动乡村实现更全面、更高质量的振兴。

2月24日，在吉林省第二实验朝阳学校，学生们学习制作糖画。

当日是吉林省长春市中小学开学第一天。吉林省第二实验朝阳学校将非遗融入开学第一课，让学生们体验传统文化的独特魅力。

张楠 摄