

票房破百億 躋身全球影史前17位

# 港澳有得睇《哪吒2》 傳2·27前上畫



《哪吒2》即將登陸港澳院線。

《哪吒之魔童鬧海》(下稱：《哪吒2》)昨晚票房破百億元人民幣，成為中國首部100億電影，並繼續在全球影史票房榜單上一路過關斬將來到第17位。香港亦迎來好消息，出品方光線傳媒聯合東方影業昨日(13日)宣布，影片將由東方影業、洲立影片、銀都機構及英皇電影聯手於港澳發行。知情人士昨日接受《大公報》採訪時透露，電影具體上畫時間將於下週初公布，上映日期或早於外界盛傳的2月27日，發行方將爭取盡早將電影帶給香港觀眾。

大公報記者 徐小惠 顏珉



《哪吒2》成為中國首部百億電影。

## 外國觀眾：激發我對中國文化的興趣

**海外** 截至記者發稿前，《哪吒2》在澳洲和北美分別取得56.8萬美元、40.9萬美元的票房成績，位列其全球票房的第二和第三。不少外國影迷湧入小紅書與網友分享《哪吒2》的觀後感，「外國人看哪吒2」的話題瀏覽量高達204萬。在澳洲生活的Cecilia和Chris在上映首日就前往影院觀看，Chris表示，「《哪吒2》激發了我對中國文化的興趣，我很喜歡這部電影。在去電影院的時候我並不知道我會看到什麼，但當我從電影院出來之後，這部電影的精彩程度讓我印象深刻。《哪吒2》中講述了很多概念，因為文化的差異我並不太能理解，所以我也在網上去搜索如何能更好地理解這部電影，也希望之後能夠去了解中國神話和道教知識。」Cecilia接受大公報記者採訪表示，今天雖然是首映，但影院的排片並不多，所以出現了「一票難求」的情況，不過現在有聽說在增加排片。令Cecilia印象深刻的是，「儘管電影院裏沒有張貼《哪吒2》的海報，但我們看的這一場，現場基本坐滿了，絕大多數的觀眾是留學生和華人家庭，結束的時候大家也在鼓掌。」在Cecilia看來，剛上映的中國電影很難吸引外國觀眾，除非有華人朋友帶着去看。因此，像《哪吒2》這樣在海外得到空前關注的電影並不多。「《哪吒2》是Chris看的第一部中國電影，我在帶他去的時候也做了一定的考量。《哪吒2》是動畫片，就算看不懂故事，看畫面也可以，但沒有想到Chris對《哪吒2》的反應非常好，更讓我堅信《哪吒2》是一部優秀的作品。」 大公報記者顏珉

## 百億哪吒破空出 千年神話煥新顏

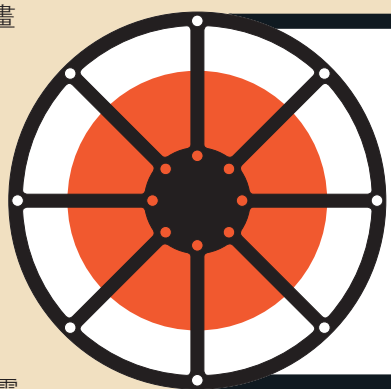
**特稿** 2025年2月14日，中國電影史迎來劃時代的里程碑——《哪吒之魔童鬧海》以雷霆萬鈞之勢突破百億票房大關，成為首部躋身「百億俱樂部」的華語電影。這部現象級作品僅用16天便完成了對2024年日本全年電影總票房(2069億日圓，約合98億人民幣)的超越，更以8倍體量輾壓香港2024年度總票房(13億港元，約合12.2億人民幣)。更令人興奮的是，這組數字尚未計入北美、澳洲等海外市場的持續發酵，中國文化產品的全球影響力正以驚人態勢擴張。2024到2025年，除了《魔童鬧海》之外，還有兩團「烈火」與哪吒一樣，擁有着改變世界的狂傲氣質，那就是《黑神話：悟空》與DeepSeek。無論是3A單機遊戲，還是AI大模型，都曾是「名門」一手遮天的領域。當那隻桀驁不馴的猴子以及昂首向上的藍色鯨魚從「草根」中走出，一躍而上世界之巔時，那是何等揚眉吐氣。猶記《黑神話：悟空》問世之初，西方媒體集體打出惡意低分，但與此後驚天銷量以及全球玩家的壓倒性好評相比，顯得如此荒誕；DeepSeek橫空出世之後，便受到無窮無盡的網絡攻擊，層層疊疊的簾幕之後是既得利益者深深的惶恐與不安。電影中的哪吒成了我們的「嘴替」：「自詡照世明燈，幹的卻是恃強凌弱、禍亂人間的勾當！」哪吒也替所有人喊出了最響亮的回答：「若前方無路，我便踏出一條路；若天理不容，我便逆轉這乾坤！」這些來自東方挑戰者用實力證明：創新從不囿於出身，當文化底蘊遇上技術攻堅，草根團隊同樣能締造世界級IP。《哪吒之魔童鬧海》的百億票房，是中國大銀幕上的文化覺醒，也早已突破產業邊界，從遊戲世界到大模型競逐，中國新生代正以「我命由我不由天」的氣魄，在曾被視為禁錮的領域開疆拓土。當哪吒腳踩着創新科技與傳統文化的風火輪破空向前時，一個屬於中國的黃金時代正噴薄而出——沒有宿命論的桎梏，只有「我命由我不由天」的破界與新生。 利貞



四家發行公司旗下院線Cinema City、MCL、藝藝及英皇戲院將會聯手合作，務求將這部由全國近140個團隊、超過4000位動畫人鼎力合作、歷時五年製作的中國動畫電影盡快帶給港澳觀眾於戲院欣賞。知情人士表示，東方影業、洲立影片、銀都機構三間公司過去都有聯合發行的經驗，今次《哪吒2》在內地取得現象級的票房成績，引發大家的關注，「上周三間公司已經有默契想將這部電影引入香港，英皇電影又找到希望一起發行。所以從上周開始聯絡，很快就定了下來。」

### 下週初公布具體上畫時間

知情人士提到，目前《哪吒2》在香港具體的上畫時間未定，因還有海報更新等前工作要籌備，要到下週初才知具體上映時間。被問及是否擔心港人北上觀影影響本地票房，知情人士表示，今次發行的過程比之前快很多，他們亦希望能夠爭取盡早讓電

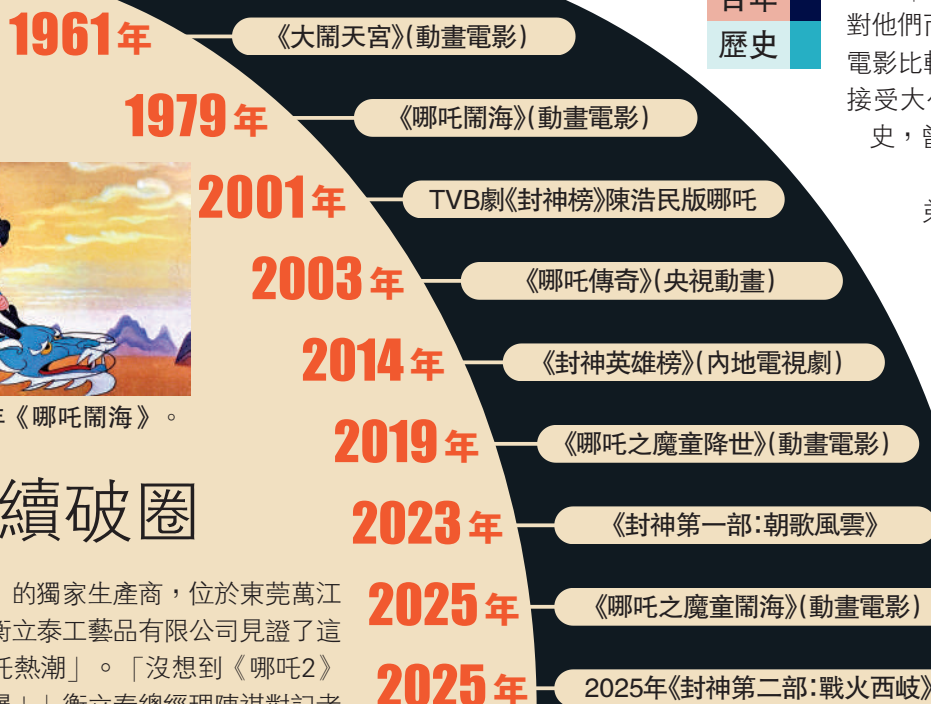


影和香港觀眾見面。對於這次能發行《哪吒2》，東方影業主席黃百鳴表示非常榮幸：「東方影業與光線已合作多年，這次能夠再與光線合作，並將一部這麼優秀的中國動畫電影帶入港澳市場，讓觀眾能於戲院親身欣賞，感到十分榮幸！」《哪吒2》在海外市場成績喜人。自2月12日起，《哪吒2》在北美地區開啟特別制式點映，反響熱烈，並將於今日起正式上映。澳洲、新西蘭、斐濟、巴布亞新幾內亞則於昨日正式上映。未來，還將在新加坡、馬來西亞、埃及、南非、巴基斯坦、日本、韓國等多個國家和地區上映。



片方公布《哪吒2》破百億海報。

### 影視裏的哪吒形象演變



### 票房榜單爬升如「升國旗」

**網熱** 《哪吒2》的票房走勢被網民稱為「升國旗」。截至2月13日，《哪吒2》的票房已經達到100億元人民幣，在全球的票房榜上，成為唯一一部打破荷里活統治的非美國電影，票房已經爬升到了第「17位」。隨着代表國旗的標誌一步步向上攀爬，網民表示《哪吒2》單挑全球票房，榜單爬升被稱為「升國旗」。



▲1979年《哪吒鬧海》。

### 「谷子經濟」持續破圈

**產品大熱** 電影《哪吒2》燃爆春節檔的同時，也帶火了一大波衍生周邊產品。從盲盒到徽章，從收藏卡到「谷子」(註：「谷子」即Goods的音譯，指IP衍生周邊產品)，哪吒的熱度席捲各大潮玩店，粉絲們爭相「剁手」。記者走訪廣州動漫迷的「打卡聖地」發現，幾乎每家動漫周邊店都擺上了《哪吒2》的相關產品。哪吒、敖丙的角色立牌、電影收藏卡、徽章、掛件琳琅滿目，甚至連主營日本IP產品的「谷子」店，也悄然加入這股國漫熱潮。作為FunCrazy(《哪吒2》官方合

作品牌)的獨家生產商，位於東莞萬江的廣東衡立泰工藝品有限公司見證了這場「哪吒熱潮」。「沒想到《哪吒2》會這麼爆！」衡立泰總經理陳祺對記者感嘆，「全公司現在只剩這一套樣品，其他都被搶光了。」大年初十剛復工，客戶FunCrazy就火速追加了100多萬套訂單，公司同時也在趕製新款。「《哪吒2》的成功證明，國漫IP完全能媲美日美巨頭。」陳祺表示，未來將與品牌方合作開發更多配角周邊，同時探索金屬雕刻、動態光影等新工藝。在他看來，優質內容與製力結合，正是「谷子經濟」持續破圈的關鍵。 大公報記者盧靜怡

鼻、鯨魚齒的「朋克」哪吒形象創新性地顛覆傳統。



### 中國動畫啟蒙手塚治虫

**百年歷史** 「香港觀眾過去對動畫的了解以日本為主，國產動畫片對他們而言是一個比較新鮮的事物，但其實動畫一直是中國電影比較出色的一個類型。」香港影評人協會榮譽會長何威接受大公報記者採訪時說。國產動畫電影有百年的悠久歷史，曾經一度蜚聲國際，影響了許多後來的漫畫大師。1941年，被稱為「中國動畫片之父」的萬籟天與弟弟萬古蟾一同導演了全亞洲第一部長篇動畫電影《鐵扇公主》，日本動畫片《鐵臂阿童木》的導演、日漫大師手塚治虫在看到這部動畫長片後，決定放棄醫學走上動畫的道路。1957年上海美術電影製片廠成立，中國美術電影此後進入鼎盛時期，在特偉「探民族風格之路，敲喜劇樣式之門」創作方向指導下，先後製作出《小蝌蚪找媽媽》《牧笛》《大鬧天宮》《哪吒鬧海》《三個和尚》《山水情》等一系列傳統風格濃郁的動畫電影，獲得柏林影展銀熊獎、丹麥第四屆歐登國際童話影展銀質獎等榮譽。手塚治虫後來到中國訪問時，還專門畫了阿童木和孫悟空相聚的漫畫，宮崎駿也曾表達過《山水情》等中國美術電影對他的影響。

香港動漫畫聯會副會長溫紹倫對大公報記者表示，「無論如何，《哪吒》肯定是個激勵人心的案例！一直以來，大家對國人的「動漫產業」抱持懷疑態度，打入國際市場更加困難。這部電影的成功也讓我們看到了中國文化的強大吸引力。通過現代動漫的形式，我們成功地將傳統文化元素傳遞給全球觀眾，這無疑是對中國文化自信的一種體現。」 大公報記者徐小惠、顏珉



▲成都雙子塔祝賀《哪吒2》票房破百億。