



「不破不立」電影《哪吒之魔童鬧海》幕後創作展在成都揭幕，吸引不少觀眾。

春節檔電影《哪吒之魔童鬧海》（以下簡稱「《哪吒2》」）上映一個月仍熱度不減，眾多影迷多次觀影後仍呼「不過癮」。哪吒系列電影是如何創作出來的？多個重要角色的形象設計都經過了哪些改動？主創團隊在創作中用了哪些小巧思？3月3日，「不破不立——電影《哪吒之魔童鬧海》幕後創作展在成都揭幕，首次向公眾集中揭秘這部國漫的創作歷程，展現中國動畫工業的硬核實力與文化自信。

大公報記者 向芸（文、圖）



《哪吒海報》吸引觀眾。

展訊 「不破不立——電影《哪吒之魔童鬧海》幕後創作展」

時間：即日起至6月1日  
 地點：成都交子大道交子書院  
 費用：實名免費預約  
 （觀眾可通過「成都交子大道」公眾號和小程序查看預約細則、進行網上預約。）

多版本手稿集中亮相

《哪吒2》幕後創作首公開 展中國動畫「硬核」



「《哪吒版》」動畫電影製作流程圖讓人眼前一亮。

《哪吒2》上映至今，從人物到劇情、從台詞到特效，都是大家津津樂道的話題。是次展覽是影片第一出品方成都可可豆動畫影視有限公司對《哪吒2》幕後創作歷程的首次集中展示，向大家呈現了電影中重要角色的多版本手稿及多個高燃名場面背後的創作點滴。

「闖關地圖」呈現工業化流程

下午1時，展覽正式對公眾開放。記者在現場看到，儘管還未到開展時間，門口已排起長隊，提前預約好的觀眾三五成群聚在一起，有的討論影片中讓人印象深刻的劇情，有的在現場與打卡立牌合照，展廳門口的大幅海報也讓大家「燃」了起來。

走進展廳，面積雖然不大，內容卻足夠豐富。《哪吒2》總共有1900多個特效鏡頭、1萬多個特效元素，觀眾對其製作過程很好奇，主創團隊在展廳一面牆上繪製的「《哪吒版》」動畫電影製作流程圖讓人眼前一亮。

記者仔細觀看這份「闖關地圖」後發現，從劇本構想到分鏡設計，從美術概念到燈光渲染，從配音製作到成品剪輯，流程圖讓觀眾能簡要地了解「翻山越嶺」的工業級動畫電影的製作流程。正如導演餃子所言：「跨過這座高山，才能看到更高的峰。」

這份流程圖的內容也很是有趣。「我命由我不由天」的「哪吒」舉完開工大旗後，就穿梭於流程圖的各個環節不斷「抱怨」，比如在美術、

分鏡、材質等各個環節抱怨「場景不夠精緻」「意思畫錯了」「效果不好」「角色做得不像」，讓人彷彿看到主創團隊在5年打磨過程中的「碎碎念」。

「哪吒」形象修改百餘版

而展廳中的多幅手稿則從角色、氛圍、場景、概念等方面，生動呈現了角色設定迭代歷程。在《哪吒2》中讓人印象深刻的七色寶蓮是如何創作出來的？通過現場大幅海報和《哪吒之魔童鬧海》幕後創作展的工作人員「揭秘」，記者才發現七色寶蓮在原稿中幾經變化，其色彩從最初的寶藍演變為粉藍，從金黃到翠綠，最後才在影片中呈現為「五彩斑斕白」。

展覽中還展出了哪吒、敖丙、靈珠版哪吒、太乙真人、申公豹、李靖、殷夫人、敖光、石磯娘娘等眾多深受觀眾喜愛的人物形象的設計手稿。比如最具顛覆性的哪吒形象，前後設計修改了100多版，才有了影片中那個「雖然儀態懶散但意志堅定，雖然個頭矮小但內心強大，雖然相貌醜陋但心地善良」的哪吒。

再比如《哪吒2》中的顏值擔當——東海龍王敖光，原本是借鑒《西遊記》裏鬚眉瞪眼的形象，隨後又修改為類似《魔獸世界》裏膀大腰圓的樣子，最後才一點點「升級」為讓很多觀眾心動的「帥大叔」模樣。

餃子與可可豆動畫

2009年底，餃子和幾名朋友成立了以自己網名命名的「餃克力」動畫工作室，主要承接廣告、動漫、遊戲、影視特效方面的業務。餃子這樣做目的是希望盡快完成工作室的團隊建設和資金積累等，此後他將工作室拓展為成都餃克力動畫有限公司，並這樣定位——「原創動畫電影、原創動畫系列片、原創動畫短片的整體策劃、製作、動漫產品授權以及產業營銷為一體的全產業鏈的動漫企業」。

餃子於2015年正式成立了成都可可豆動畫影視有限公司，成爲一個原創三維動畫電影創作平台，專注於三維原創動畫電影、原創動畫系列片的創作。2020年，可可豆動畫入駐成都的天府長島數字文創園。有了「家底」，《哪吒之魔童鬧海》的製作更加精益求精，1900多個特效鏡頭、10000多個特效元素，創造了一個比第一部更宏大的世界觀。



▲截至3月2日，《哪吒2》票房登頂港澳市場內地電影票房榜。

全球累計票房

- （含預售及海外）
- 145億人民幣
- 全球動畫票房榜 第1名
- 亞洲影史票房榜 第1名
- 全球影史票房榜 第7名

數讀《哪吒2》幕後製作故事

- 耗時5年
- 特效鏡頭近2000個
- 特效元素1萬多個
- 主創團隊4000餘人



▲展覽呈現敖光如何升級為「帥大叔」。



▲資深動畫影迷小娜。

特設「餃子手繪稿打卡牆」

互動體驗

在《哪吒2》上映過程中，導演餃子的手繪「破億」海報是另一個在社交平台上出圈的熱點話題，甚至一度他的手繪速度還趕不上電影票房的破億速度。曾有媒體報道，除夕到大年初三，他連續創作36小時，畫完12套馬克筆、38張水彩紙。

展覽現場還特別設置了「餃子手繪稿打卡牆」，牆上是百餘張由餃子導演親手繪製的海報原稿（掃描件）。海報中極具人物特色的精美形象和語言文字，凝聚着導演對角色性格的深刻理解，也暗藏着一些「小心機」和熱梗。

寥寥幾筆下，愛漂亮的哪吒對着美顏手機拜師、6隻手臂的哪吒和敖丙

猜拳、哪吒點着土撥鼠的鼻子說「收你們來了」、李靖表揚做打油詩的哪吒「雙押，不愧是兒兒」、申公豹的作息表精確到秒、龍族用岩漿泡澡養生、太乙真人把藕粉當零食……一邊看海報，一邊回想影片中的細節，不僅讓劇情內容更豐富，還讓大家對《哪吒3》充滿了期待。

展覽現場還展示了眾多哪吒系列電影的IP衍生品，21張凸顯人物性格特色的海報，多個人物、造型各異的手辦，《哪吒2》周邊圖書，可愛的毛絨玩偶，小巧的鑰匙扣等各種文創產品，讓人愛不釋手。遺憾的是，由於《哪吒2》太過火爆，各種文創產品都供不應求，除人物海報外，現場未開啟其他文創產品的預售。

此外，展覽現場特別打造了影音體驗區，觀眾可通過15分鐘的縮減版紀錄片，了解《哪吒2》「陳塘關大戰」中數萬海底妖獸壓境陳塘關、千萬鎖鏈空間交錯等電影經典片段的幕後製作故事。同時，觀眾也可以在「與哪吒跨時空對話」區域，留下想對哪吒說的話，比如感謝他的激勵、分享自己的成長或是對電影中某個場景的感悟。大公報記者向芸



▲「餃子手繪稿打卡牆」。

資深影迷喜見傳統文化「走出去」

多次觀影

在「不破不立——電影《哪吒之魔童鬧海》幕後創作展的現場，記者採訪了一位資深動畫影迷小娜，並聽她分享了與哪吒系列電影的故事。

小娜對中國傳統文化非常感興趣，2019年《哪吒之魔童鬧海》上映時，她看了11遍；而今年《哪吒之魔童鬧海》上映一個多月，她已經看了9遍，並表示還會繼續刷片。「我琢磨這個故事的時間有點久了，從之前電影宣發時的海報、短片等，我像玩推理遊戲一樣猜測出一些劇情，並在社交平台上與大家分享。當在電影院看到《哪吒2》的一些情節真跟自己猜測的一樣時，就像押題猜中答案，簡直想尖叫起來。」

「西方審美無法詮釋中式價值觀」

從看故事到感受特效，從看台詞到感悟精神內核，小娜笑言每次觀影都會有新收穫，並覺得《哪吒2》相較《哪吒1》是一次全面升級。「看電影時我就像在跟主創團隊進行隔空對話和交流，有一種比較獨特的觀影體驗。」

哪吒系列電影中，小娜很喜歡敖丙這個角色和龍族的故事。「在神話故事和各種版本的哪吒故事裏，敖丙都只是一個很普通的角色，餃子破天荒地吧敖丙作爲一個正面主角來塑造，這個顛覆很大膽也很有價值。」

在小娜看來，影視作品中很缺少正面的中國龍的形象，而敖丙這個角色填補了空白。「電影在海外上映後，有國外朋友專門來問我東海龍族和敖光、敖丙等龍族形象的英文翻譯，我覺得這非常有意義。」

在比較《花木蘭》等以西方審美呈現的動畫片與以中國審美呈現的哪吒系列電影時，小娜認爲，中國有自己的傳統文化和價值觀，西方審美可能還是沒有辦法很好地體會中式文化價值觀裏一些本質的東西。「就像歐美世界末日類的影片中，多數都是離開地球，另找一個新的地方；而具有家國情懷的中國人才會想着要把整個地球拖着帶走。就像《哪吒2》裏的龍族，那麼忍辱負重、堅忍不拔地活下去，也有中國人內核中所堅持的一面。」

小娜說，在推動中華傳統文化走出去的過程中，餃子已經用哪吒系列電影和自己的堅持，給出了他的答案，希望有更多國人參與進來，盡可能多維度、多形式地去創作，爲中華傳統文化自信地發聲。「我覺得餃子想要通過這個故事給大家傳遞希望、傳遞勇氣、傳遞快樂。在《哪吒2》中從兩個主角到群像，從陳塘關到三界，餃子已經把線條全部鋪開，每個人物都有了自己的靈魂和思想，都對劇情有所推進。」

大公報記者向芸