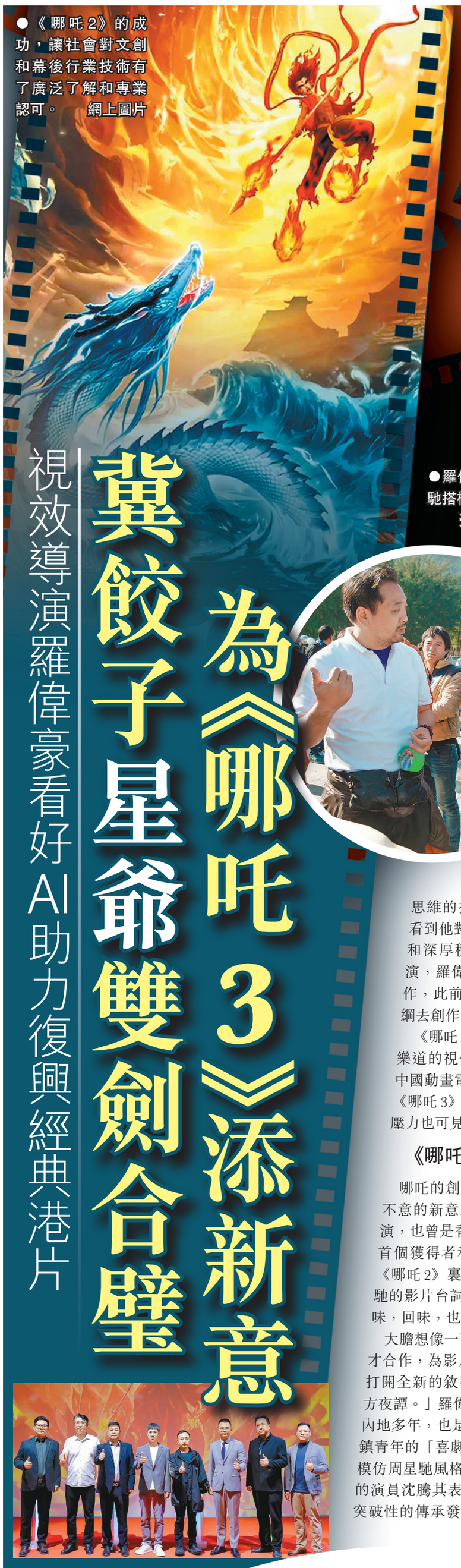
●責任編輯：凡文 ●版面設計：黃力敬 2025年2月27日(星期四) 香港文匯報



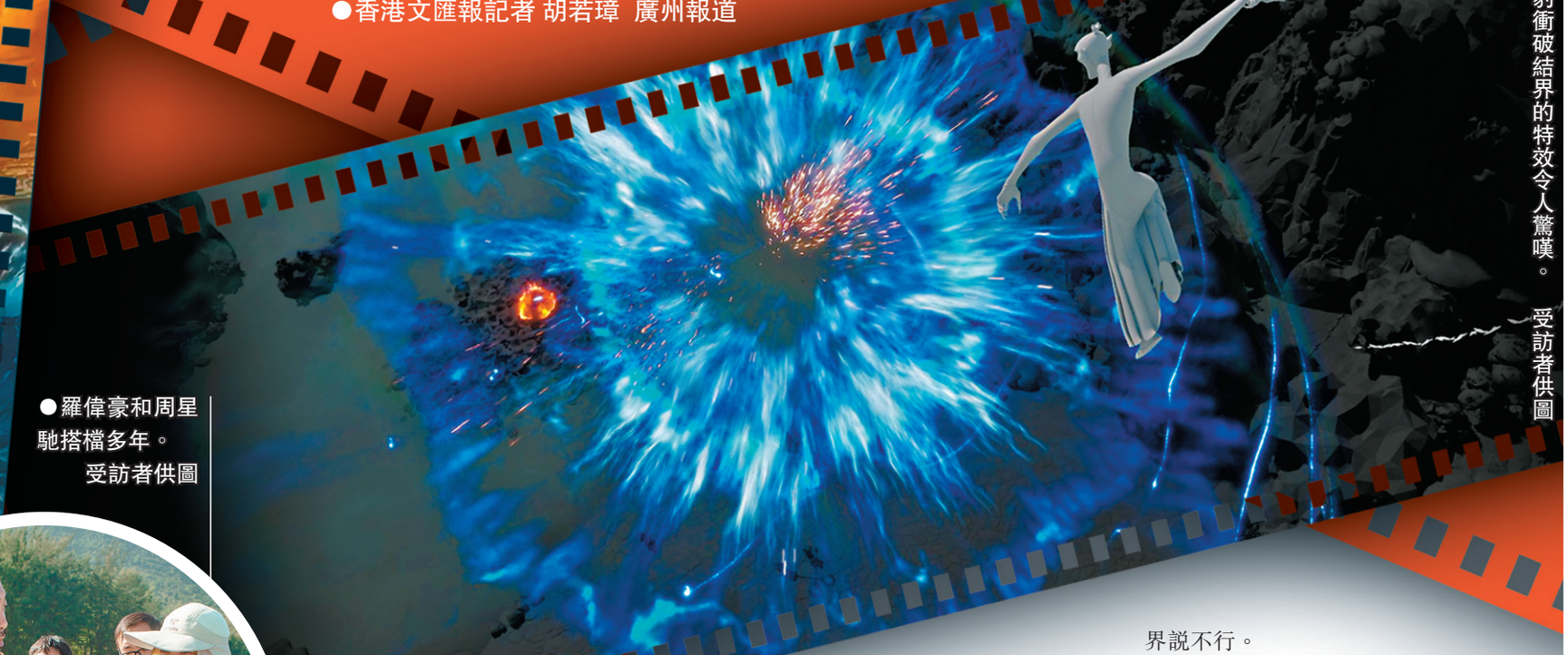
●《哪吒2》的成功，讓社會對文創和幕後行業技術有了廣泛了解和專業認可。 網上圖片

視效導演羅偉豪看好AI助力復興經典港片

冀《餃子星爺雙劍合璧》為《哪吒3》添新意

《哪吒之魔童鬧海》（《哪吒2》）的視覺特效，成為近期社交場內的熱話談資。觀眾全方位感受到中國電影視效技術的巨大進步，看到了新一代創作者應用新的視聽技術，挖掘重塑了我們這個時代對「哪吒」經典敘事的新內涵。與此同時，也看到香港電影曾對內地年輕人的滋養。當《哪吒2》導演「餃子」引入「星爺」周星馳的電影台詞，這種跨次元的代際傳承意味，也令不少香港電影人感悟到，AI助力香港電影復興發展的新路徑。且讓我們跟隨參與《哪吒2》的視效製作、香港金像獎最佳視效導演羅偉豪縱橫香港、內地30年的行業經驗一探究竟。

●香港文匯報記者 胡若璋 廣州報道



●申公豹衝破結界的特效令人驚嘆。 受訪者供圖

●羅偉豪和周星馳搭檔多年。 受訪者供圖

大年初一，羅偉豪迫不及待在內地看了《哪吒2》。「餃子對故事思維的把握，人物塑造的布局，都可以看到他對中國傳統經典角色有系統的研究和深厚積累。」作為來自香港的視效導演，羅偉豪也有參與《哪吒2》的視效製作，此前他和同事只能根據一兩頁故事大綱去創作，對影片的全貌並不知曉。

《哪吒2》已成經典，其中最被觀眾津津樂道的視覺特效，其場景、橋段更是成為中國動畫電影行業新標杆。如今，民眾對於《哪吒3》的期望、呼聲越高，餃子的創作壓力也可見一斑。

《哪吒2》代際傳承星爺喜劇

哪吒的創作接下來還會帶給觀眾哪些出其不意的新意思呢？作為周星馳的御用視效導演，也曾是香港金像獎「最佳視覺效果獎」的首個獲得者和獎項開創者，羅偉豪說，就如《哪吒2》裏餃子恰到好處地引用了不少周星馳的影片台詞，這種創新演繹也被大眾仔細品味，回味，也引起周星馳本人的積極互動。

大膽想像一下，如果「餃子+周星馳」兩個鬼才合作，為影片做編劇，或許也能為《哪吒3》打開全新的敘事空間。「這並不是蹭熱度的天方夜譚。」羅偉豪說，周星馳的喜劇電影曾風靡內地多年，也是很多內陸省市腹地，包括許多小鎮青年的「喜劇寶典」。過往多年，內地影視圈模仿周星馳風格的演員、喜劇題材眾多，最知名的演員沈騰其表演就有借鑒，但整體來說，鮮有突破性的傳承發展。而此次，餃子導演把周星馳的一些電影台詞和橋段引入到《哪吒2》，這讓大家再次感受到了香港電影對內地一代又一代青年潤物細無聲的滋養。羅偉豪認為，《哪吒2》也令周星馳的喜劇在當下有了一種代際傳承的意味。

●羅偉豪(右二)參加內地動漫電影VR劇場發布會。

指導洛克特視效團做出標杆鏡頭

為行業輸入全新標準，身為香港最早一批CG視效製作人之一的羅偉豪創下過許多行業高光時刻。2001年，電影《少林足球》引入數字人特效，此舉被視作香港電影在視覺特效領域的一個創新里程碑。由此，2002年的第21屆香港電影金像獎也首次設立「最佳視覺效果」獎項。

《少林足球》的成功，開啟了羅偉豪和周星馳《長江七號》《美人魚》《西遊．降魔篇》以及還未上映的《美人魚2》等電影的持續合作。「周星馳的電影、特效一直是為他的故事服務。反觀近些年很多影視劇為了特效而特效，因此故事變得鬆散、雷人。」羅偉豪說，此次《哪吒2》的特效被大家感應且好奇，也說明了特效做到了為故事服務的功效。

羅偉豪和深圳洛克特視效的同事們為《哪吒2》負責虛空裂口、三條龍王噴射能量爆炸、環境破碎、水爆等特效鏡頭製作。「這幾個大場面做成視覺特效的樣板標杆鏡頭。」對於很多同行被「虐」上百次的修改故事，做電影快30年的羅偉豪雲淡風輕說，這些打磨修改是家常便飯。

在2016年電影《美人魚》項目結束後，羅偉豪正式北上發展，自己也創業做過影視視效公司，參與了內地眾多的影視劇、網劇的拍攝。2023年加入深圳洛克特視效團隊做視效指導，因此也得以有機會參與《哪吒2》的鏡頭視效製作。

「你知道內地互聯網上曾有『五毛特效』這樣的眾多調侃之聲吧。」羅偉豪忍不住想辯解。原本一個鏡頭的特效製作成本需要幾十萬元（人民幣，下同），但不少項目拿着幾千塊預算就說要做出怎麼樣的效果。很長一段時間，大家拿着兩毛特效的預算做出了「五毛特效」的效果，卻被外界說不行。

《哪吒2》的成功，讓社會對文創和幕後行業技術有了廣泛看見和專業認可。羅偉豪也說，如今中國動漫影視有了全世界的標杆之作，接下來還能不能開足馬力繼續強化「生產線」也很關鍵。「如果不知道下一部什麼時候出來那就有點危險。」羅偉豪笑說，周星馳好幾年沒有拍片生產，自己就得北上幹活。因此穩定產出對整個行業的進一步發展，十分重要。

《明日戰記》監製商討以VR劇場創作

羅偉豪也留意到，《哪吒2》在海外似遭遇排片「攔截」的挑戰。「打通不了別人的渠道，那我們自己做新的渠道。」羅偉豪和洛克特團隊也在推進VR劇場的加速落地。

「試想一下，觀眾佩戴VR眼鏡，就能走入《哪吒2》的場景世界，跟着自己心動的劇情沉浸式體驗。」羅偉豪透露，目前科幻電影《明日戰記》監製古天樂也正和洛克特團隊積極商討合作方式，就是希望把電影《明日戰記》進行VR行進式劇場項目再創作。

「全球電影市場萎縮浪潮之下，借助AI技術的賦能重新打造新的線下體驗場景，從而反哺影視帶來新的觀眾群體。這也給我們復興香港經典電影IP一個全新渠道。」羅偉豪難掩興奮地說，創新之外，挖掘經典並不是守舊。就好像內地對待非物質文化遺產的傳承發展一樣，令年輕一代有了和自己共同成長的新國潮。

●民眾線下體驗VR行進式劇場《源起華夏月球冒險之旅》。 受訪者供圖

●羅偉豪和深圳洛克特視效的同事們負責《哪吒2》虛空裂口特效製作。

好電影都懂得克制

花絮

特效是用來說故事的，特效多不一定好。從今年春節檔同期電影來看，羅偉豪說，《封神2》裏殷郊三頭六臂的特效造型，觀眾看着難受，吐槽聲不斷。究其原因就是，特效和角色不貼合，或者說這種用法搞錯了。

「現在影視劇的一大毛病就是過多使用特效，這需要收斂。」羅偉豪以周星馳和徐克的電影來舉例分享。他說，一部電影大約是2,000個鏡頭，密集一些的話可以到3,000個鏡頭。周星馳的《西遊．降魔篇》如果是2,000個鏡頭的話，特效鏡頭的使用可能約800個。當然，有些特效鏡頭觀眾看不出來，因為特效主要是服務電影的畫面和故事氛圍，起到場景營造優化、賦能故事的效果。徐克《西遊．伏妖篇》的特效就約有近1,000多個鏡頭。

「本來是真人電影，特效多到變成動畫片一樣。這樣觀眾看特效會難受。」作為視效導演，羅偉豪說好電影都懂得克制。

《哪吒2》後 動漫原創等來了市場機會

●聶華軍深耕內地動漫影視創作。 胡若璋 攝

特稿

「現在再談技術就有點落伍。」深圳洛克特視效創始人聶華軍接受香港文匯報記者專訪時說，《哪吒2》為文化產業帶來了全新的市場機會。很多原創IP故事，都獲得了投資者的青睞。作為內地最早一批CG視效製作人來說，聶華軍有身為創作者的觀察和思考：《哪吒2》引起的全社會對中國出品、製作的新一輪信心，更多是影片裏涵蓋東方美學的創意和設計，而不僅僅是特效中的技術。

80後的聶華軍，過去20年一直深耕內地動漫影視的創作。2007年，他在林超賢執導的動畫電影《風雲決》中擔任首席特效師。當時，中國電影特效行業還處於起步階段，與荷里活相比存在較大差距。聶華軍回憶稱，早期他們去橫店片場，沒有特效師的稱呼，很多人直接叫他們「那個電腦你過來」。如今都會被稱做「視效老師」，會享受後期前置的待遇參與劇本的前期創作。

要說行業最初的轉變，2007年的《風雲決》被內地動畫電影人視作行業里程碑。「《風雲決》出來的時候，大家問我中國電影製作水平與荷里活相比還有多少差距？」聶華軍當時就說，至少還有50年的差距要追趕，差距主要在技術和設備算力上，很難實現電影所需的複雜特技效果。但聶華軍和團隊在《風雲決》中，通過與顯卡開發公司和無線電發射公司合作，開創性地實現了高難度的水特效，為內地特效行業積累了寶貴經驗。

藝術和技術融合才是挑戰

自2015年的《西遊記之大聖歸來》和2019年《哪吒1》上映後，不少人都跑來問聶華軍：如何看待影片裏的特效技術突破和創新，在對標荷里活的製作時是否拉近了距離？

他說，《西遊記之大聖歸來》開啓了內地動畫電影的「高票房大片時代」，但回到視覺特效來說，和荷里活的差距也有30年的發展空間；而到了2019年《哪吒1》的時候，也讓社會看到了「國潮特效」的浪潮。記得行業內人士說《哪吒1》當時50億左右的票房，特效貢獻了30%多的權重比例。但那一年的動畫電影對標國際，還有15年的差距。

如今《哪吒2》用5年追趕了第一部時的15年距離。聶華軍也想補充說明：《哪吒1》時說的15年差距並不是說技術，其實更多指向創意。可以這麼說，5年前要做現在的這些高難度技術，中國的動畫行業也都能實現交付，只是當時創作者還沒提出這麼高的要求而已。而《哪吒2》這次的成功，更多是在東方美學的表達中，借助視聽特效、鏡頭語言傳遞當下的審美，因此也令國人對傳統文化的經典創新自信昂揚。

身處行業第一線，近期聶華軍的公司多了許多迎來送往。就連樓下的接待安保，面對訪客的諮詢時也會說：「是去那家做《哪吒2》的影視特效公司嗎？」

●聶華軍稱文化產業等來了原創製作的好時機。 胡若璋 攝

逆襲荷里活工業體系 激活東方美學

《哪吒2》為中國動畫電影人開路

經歷2024年低迷的影視市場環境，很多行業人士都憂心忡忡，似乎覺得大家都不太需要看電影了。「自《哪吒2》票房破百億後，大家都開始熱烈地關注文化產業。」聶華軍說，《哪吒2》給了大家直接的啟示：只要你有好的作品，就能被關注，就會激發出一系列的消費需求。

聶華軍也有一部原創動漫電影題材在手，團隊打磨了兩年半時間，一直沒有對外展演推介。「就希望先打磨，如果一開始就着急去找資本，很可能就立馬就被拍在沙灘上了。」如今，聶華軍有一種迎頭而上的感覺。他說，以前要拿到2,000萬元的投資，可能要求一年就要有產出，但現在市場對原創有了培育發展的耐心。

「我們首先還是要把中國觀眾的喜好『吃透』。」聶華軍認為，電影說到底也還是追求更高藝術性的商業產品。在他看來，《哪吒2》為中國動畫電影人打通了兩條路：一條是逆襲荷里活工業體系的賽道，一條是激活東方美學的超鏈接。

行業發展需要一個又一個的五年、十年為基礎，當《美國隊長》《哈利波特》的系列內容創作也難以為繼時，卻不能否認這些經典IP創造的文化影響力和商業價值。回到中國「東方美學」的經典系列的塑造發展來說，《哪吒》系列已經全方位提高了國人的審美和消費需求，但有待挖掘和創造的空間很大。「說得直白點，我們才正要大規模開始。」聶華軍如是說。