

動漫電影潛力無限 港需與內地接軌

在如今低迷的電影市場環境下，《哪吒2》創下的超150億元票房神話，以不可阻擋之力席捲全球，它的成功給業內人士及專家學者帶來深刻的反思。「哪吒」系列電影的成功將帶給電影業怎樣的啟示？業界應如何延續這樣的輝煌？未來影視圈的風口又將落在何處？而香港電影又將走向何方？有業內人士認為，《哪吒2》背後反映的核心趨勢是觀眾審美提升，內容品質成競爭核心，粗製濫造的流量電影生存空間將被壓縮；亦有本港導演認為，動漫電影潛力巨大，港產片未來的風口或許在於VR（虛擬實境）電影。

● 文、攝：香港文匯報記者 丁寧



香港珠海學院日

前舉行「從《黑神話：悟空》到『哪吒』」系列電影：中國傳統文化核心價值的紹續與鑄新」茶話會，來自香港和內地的專家學者及業界代表齊聚一堂，各抒己見。會後，他們與香港文匯報記者進一步分享了《哪吒2》爆火後他們的個人感悟，深圳市電影電視家協會名譽主席、著名導演、編劇、製作人鄭凱南認為，如今國產電影應以原創力和創新精神為第一要務，摒棄同質化；香港資深電影視效導演、香港金像獎得主羅偉豪認為，「哪吒」系列電影有打造成文化IP的巨大潛力；西南民族大學教授、四川省人民政府文史研究館館員徐希平結合內地對哪吒文化的開發，認為香港應多管齊下，促進本地民俗文化傳承；上海社會科學院文學研究所助理研究員、數字遊戲文化研究中心負責人李滙川則結合《哪吒2》，表示國產電影是塑造國家形象的重要方式。

不能只拍香港本土文化電影

香港資深電影視效導演、香港金像獎得主羅偉豪表示：「『哪吒』系列電影有打造文化IP的巨大潛力，動畫角色如申公豹、敖丙等都可以進行深度研發，就像《復仇者聯盟》一樣，每個IP都可以獨立延伸。」他說，《哪吒2》的爆火展現出了動漫電影的巨大潛力，創造票房奇跡後將吸引更多業內人士投資動漫電影。同時，動漫角色可以產生很多連動價值，後續可以開發盲盒、遊戲、VR電影等，真人電影往往需要再給演員肖像權費，虛擬人物只需要交給導演團隊創作。

香港市場狹小，羅偉豪說如果要內地電影人投資香港電影，首先要認同國家文化，「如果香港電影人不認同國家文化，內地電影人也不會認同香港電影，更別說投資香港電影。香港電影不能只拍香港本土文化，香港最黃金的武打年代已過，那些家喻戶曉的明星都已經六七十了，和年輕人喜歡的事物已經開始脫節。」另外他指出，如果香港動畫產業要做大做強，也需要多和內地接軌，內地人口眾多市場廣大，即使是一個市的觀眾喜歡也比只停留在香港市場好，香港的人口太少市場太小。

羅偉豪目前正在開發VR電影，VR電影就像遊戲一樣，更加真實且身臨其境。他說：「VR電影擁有無限的創意，能打破地域限制，觀眾在戴上眼鏡後，彷彿穿越到不同的世界，切身感受到場景的浩瀚與宏大。」他正通過這種全新的載體對以前的經典電影進行改編，例如古天樂的《明日戰記》，他正草擬將其重新包裝成VR電影。「國家將全力推動VR電影，這部VR版的《明日戰記》將帶給觀眾全新的感受和視聽體驗，令觀眾找到回味經典電影的興趣。」

「哪吒」系列顛覆傳統電影界思維

鄭凱南是深圳市電影電視家協會名譽主席，深圳新原野影視有限公司董事長，資深編劇、導演、製片人，她表示，《哪吒2》的爆火延續了《哪吒1》的熱度，顛覆傳統電影界思維，引發「地震式」反應，「部分從業者一時難以適應，轉型挑戰大。同時也加劇影視公司競爭，可能導致行業洗牌。」

從積極方面講，《哪吒2》推動動畫電影賽道升級，吸引資本和人才湧入，加速技術工業化和題材創新。但其中也暗含隱患，一窩蜂追逐神話大IP易導致內容同質化，觀眾審美疲勞，最終使「陽關道」變「獨木橋」。鄭凱南認為，《哪吒2》背後反映的核心趨勢是觀眾審美提升，內容品質成競爭核心，粗製濫造的流量電影生存空間將被壓縮。

鄭凱南說，傳統觀念認為電影是「導演的藝術」，側重自我表達；但市場經濟下，商業屬性凸顯，不少影片「見光死」，即使名導作品也可能失敗。觀眾拒絕敷衍的流水線製作和側重自我表達的小眾藝術片，電影需在藝術表達與商業回報間平衡，打造「不可替代性」。

她表示，刀郎演唱會就是個很好的例子，他的歌曲足夠接地氣、足夠貼近社會話題，通過情感共鳴實現口碑與市場雙贏，好的電影也應如此。她表示現在破億影片多聚焦底層社會、女性主義、現實困境等話題，兼具「小而精」與深度，戳中觀眾痛點，引發自發傳播。而依賴檔期、流量的傳統模式失效，國產電影需以原創力和創新精神為第一要務，摒棄同質化捷徑。

● 李滙川



● 香港珠海學院日前舉行「從《黑悟空：神話》到『哪吒』」系列電影：中國傳統文化核心價值的紹續與鑄新」茶話會。

● 徐希平



專家解讀

四川省江油市含增鎮境內的乾元山金光洞是哪吒的成長和拜師修行地，大康鎮陳塘關和三合鎮哪吒祖庭等也是哪吒民俗文化的主要承載地，形成古籍文獻、文物遺存與民俗活動結合的哪吒文化體系，更是海峽兩岸的文化根脈所在。西南民族大學教授、四川省人民政府文史研究館館員徐希平說：「如今江油地方政府積極利用各個社交媒體平台，包括小紅書、抖音等，通過年輕人喜聞樂見的形式，積極宣傳江油的哪吒文化。江油的部分團體多年與台灣地區合作，開展哪吒文化研討會，加強兩岸對中華傳統文化的向心力。」

徐希平表示：「香港地區有十分豐富的民俗文化資源，如每年四月初八長洲太平清醮（包括搶包山）、七月十五中元節盂蘭勝會、大澳端午龍舟競渡、中秋大坑火龍巡遊，以及春節及各種節氣系列民俗活動等，都具有悠久的歷史和鮮明地方特色，對於年輕一代了解中華優秀傳統文化，增進感情和交流互動都具有積極意義，值得傳承弘揚。」他認為，香港的民俗文化很豐富，但缺乏系統介紹和重點宣傳，過去很多人都不太了解。

徐希平結合江油對哪吒文化的開發利用，認為香港在開發利用本地民俗文化資源方面，還有很多要加以重視的部分。「比如政府要加大宣傳力度，利用各種媒體資源，讓社會了解香港的民俗文化遺產的基本狀況。」同時政府還應對相關的民俗活動展開系統調研，並將相關文獻整理出版。「另外，政府還應加強組織和領導，積極管理相關的民俗活動，鼓勵和保護民間自發傳承民俗文化的熱情。」

徐希平認為，香港應充分發揮科技與經濟優勢，構建內地-香港-海外華人的多元文化交流平台，對接廣東嶺南地區這一文化同源地，甚至擴大到其他民俗文化資源豐富的地區，與這些地方的民俗文化產生交流互動。徐希平還說道：「香港的高校及中小學也可以組織相關研學活動，加深年輕一代對傳統民俗文化的了解，調動他們的積極性，促進香港民俗文化的傳承和發展。」



● 搶包山等香港豐富的民俗文化資源值得系統介紹和重點宣傳。 資料圖片

要警惕同質化競爭核心在VR製作



● 羅偉豪 ● 鄭凱南

打破古老東方形象 哪吒以現代精神重述傳統故事

上海社會科學院文學研究所助理研究員、數字遊戲文化研究中心負責人李滙川從文化研究角度，與記者分享電影如何塑造國家形象。他表示：「從跨文化形象學的視角來看，在全球化的時代，國家形象——或者說民族/政治/文化集體的形象，是一套由不斷流動的權力關係所生產的話語規則，與知識或事實無關。但這並不代表文藝作品的跨文化傳播是無用的。」李滙川強調，一個文化集體如果無法進行自我表述，那就只能被其他文化集體表述，只能在一而再的「被他者化」中丟掉文化主體性，失去屹立在世界文化之林的資格。中國以及其他非歐美國家的文化產品成功的世界傳播，實際上是一種對於根深蒂固的西方中心主義的文化帝國主義權力話語的抵抗，是被他者想像而塑形的「沉默東方」的洪亮發聲。

李滙川說，「哪吒」系列電影是以現代精神重述傳統故事的典型案例。「魔童哪吒以及站在他身邊的其他主要角色，並非面目模糊的『張三李四』。他們沒有屈服於『神啟』式的既定命運，也不曾將自身道德準繩交給『正邪對抗』的話語規則。他們是一個個現代意義上有着獨立人格的、追求自我實現和自我超越的真正的『人』。電影中哪吒的家庭，並沒有令他『剔骨析肉』、自我毀滅，並非刻板印象中以代際對立來壓抑個體人性的制度牢籠，而是充滿現代觀眾所能共情的、溫柔包容的家庭形象。」他認為，「哪吒」系列電影所刻畫的是一個鮮活而富有生命力的世界，能創作出如此世界如此故事的中國，其形象當然不可能是他者想像中那個封閉、停滯的「古老東方」。

影人應着力創造具廣泛辨識度角色

李滙川說：「跨文化交流中，一種文化的實質內涵只有凝練為具象的符號才能得以傳播。」正如歐洲的騎士、日本的武士以及美國的牛仔等，在最初流行於世界時，都是高度簡化的刻板形象。隨着交流的加深，形象具有了一定辨識度，這些形象才擁有被進一步闡釋的認知基礎。他認為，中國傳統文化符號在哪吒系列電影中當然是被簡化使用的，這是類型電影的特質所決定的。「不管是中國還是外國的觀眾，都無法接受考究晦澀的『文獻式』娛樂作品。客觀來說，中國本土創造的文化形象，目前在世界範圍內並不具備足夠的辨識度。比如海外玩家看到《黑神話：悟空》，往往最先想到的是日本漫畫《龍珠》中『GOKU』；看到三國，則會想到日本遊戲《真·三國無雙》或英國遊戲《全面戰爭：三國》。符號化的刻板印象當然不可忽視，其中潛藏着『自我東方化』的風險，但對於當前的文化交流現實而言，如何創造出在世界上具有廣泛辨識度的角色形象和敘事結構，可能是中國創作者們更優先考慮的課題。」

記者問及目前中國電影塑造的偏向於傳統中國還是現代中國，李滙川回應道，目前中國電影在作品的各層次上展示的中國，正如當今的



○《黑神話：悟空》使全球玩家更了解中華文化，但中國電影及遊戲仍缺乏具廣泛辨識度的角色。 網上圖片

社會文化形態，是一個多元複合體，有着不同的面向，可以承載不同維度的解讀。「最重要的是，在技術實力和文化環境日新月異的情況下，中國電影創作者應該重視歷史積澱，心存現實關懷，勇於暢想未來，去展示一個不斷變化發展的充滿活力的中國。」李滙川說，「應該意識到，對外的展示同時也會成為向內的自省，這正是文化交流的價值之一。在理想狀態下，文藝創作者當然會考慮其他文化集體的受眾期待，但這既非試圖辯論，也不是一味迎合，而是在雙方達成基本共識的前提下，平等而自由地交流思想和觀念。」

近年來，中國主旋律電影在商業上取得成功，但也引發關於民族主義敘事的討論，這類電影對中國形象的塑造起到了怎樣的作用？李滙川說：「主旋律電影的主要社會功能，與公共紀念日活動類似，是整合社會集體記憶，本質並不承擔跨文化交流的職責，在理論上也不存在跨文化形象構建的問題。但因為數字資訊技術和全球化經濟的高速發展，潛移默化地在全人類的觀念層面編織了一張世界形象網絡，每個文化集體都需要在其中找到自身和他者的定位，每一部文藝作品都具有指示信標一般的作用。」因此，在當今時代，整合社會集體記憶、構建民族自我認知的文藝作品，就像必定會被發掘、被發表的日記，不可能單方面對「自我」而拒絕「他者」的凝望。

「國家形象在世界形象網絡中的位置與面貌，服從於不斷更迭的世界權力格局。世界的變化必然導致形象話語規則的變化。文化集體內部所產生的、傾向於『矯枉必須過正』的樸素理念，在全球化時代會寄託於文藝作品的形象信標上，在全球觀念網絡中受到他者的審視與評判。」李滙川說，「如果為這張抽象的世界形象網絡，想像性地賦予具象的實體，那麼我們也許應該相信，那張交織於歷史汪洋中，隨海水漲落而起伏的網，永遠不會被湧動的浪潮所撕裂，而將始終處於那不斷變化的、動態的平衡之中。」