

《哪吒之魔童闹海》国际文化输出的 多维路径

王昱茗^{1,2}, 张燕^{2,3}

(1. 西北师范大学传媒学院, 甘肃兰州 730070; 2. 北京师范大学艺术与传媒学院, 北京 100088; 3. 北京师范大学亚洲与华语电影研究中心, 北京 100088)

摘要:为研究全球化语境下《哪吒之魔童闹海》如何将中华优秀传统文化进行现代性转译与输出, 引领“新国潮”走向世界, 以跨文化理论为支撑, 从国际文化输出的多个维度以及传播路径进行深入研究。研究发现, 随着“新国潮”概念出现, 动画电影作为一种独特的艺术表现形式与电影类型, 具有广泛的影响力和市场潜力, 在促进文化国际传播、提振国家文化影响力、增强文化软实力方面发挥了重要作用, 但仍存在票房、观众、影响力单一化与文化误读现象等问题。研究表明, 中国电影未来的发展需要更加注重营造东方美学风格, 从技术、艺术、文化3个维度大胆地对中华优秀传统文化进行现代性转译, 探寻中国电影在国际文化传播更进一步的可能性。

关键词:全球化; “新国潮”; 文化输出; 国际传播; 中华优秀传统文化; 《哪吒之魔童闹海》

中图分类号: J954

文献标志码: A

文章编号: 1671-6248(2025)04-0080-09

Multidimensional pathways for international cultural dissemination of *NE Zha 2*

WANG Yuming^{1,2}, ZHANG Yan^{2,3}

(1. School of Communication, Northwest Normal University, Lanzhou 730070, Gansu, China;

收稿日期: 2025-03-10

基金项目: 中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(1233200005)

作者简介: 王昱茗(1997-), 男, 甘肃兰州人, 讲师, 艺术学博士。

通讯作者: 张燕(1976-), 女, 江苏海门人, 教授, 博士研究生导师, 文学博士。

2. School of Arts and Communication, Beijing Normal University, Beijing 100088, China;

3. Research Center for Asian and Chinese-Language Cinema, Beijing Normal University, Beijing 100088, China)

Abstract: To examine how *NE Zha 2*, within the context of globalization, modernizes the reinterpretation of and exports the essence of fine traditional Chinese culture, and contributes to the global rise of the “New Chinese Style”, this study conducts in-depth research from multiple dimensions and communication paths of international cultural dissemination based on cross-cultural communication theory. The findings reveal that with the emergence of the “New Chinese Style” concept, animated films-as a distinctive artistic expression and cinematic genre-hold broad influence and market potential. They play a vital role in promoting international cultural communication, enhancing national cultural influence, and strengthening cultural soft power. However, challenges persist, including narrow box office performance, limited audience reach, influence homogeneity, and risks of cultural misinterpretation. The study suggests that the future development of Chinese cinema must place greater emphasis on constructing an aesthetic rooted in Eastern values, boldly pursue the modern reinterpretation of fine traditional Chinese culture through technical, artistic, and cultural dimensions, and explore possibilities for advancing the international cultural dissemination of Chinese cinema even further.

Key words: globalization; “New Chinese Style”; cultural dissemination; international communication; fine traditional Chinese culture; *NE Zha 2*

《哪吒之魔童闹海》凭借超过150亿元的全球票房,实现从圈层爆款到全民狂欢的现象级表现。作为一部动画电影,《哪吒之魔童闹海》的全民化并非偶然,它在延续前作的基础上,通过情感破圈、传播破圈、价值破圈三重模式,加强共情内容的叙事,提高精准传播路径,利用动画的方式嫁接社会情绪,将中华优秀传统文化进行现代化转译,使动画电影从娱乐产品升维为社会文化热点,打破“二次元”壁垒,真正实现全年龄层覆盖。

近年来,“新国潮”动画电影成为备受关注的文化现象。《西游记之大圣归来》

(2015)、《大鱼海棠》(2016)、《哪吒之魔童降世》(2019)、《白蛇:缘起》(2019)、《姜子牙》(2020)、《雄狮少年》(2021)、《新神榜:杨戬》(2022)、《长安三万里》(2022)、《白蛇:浮生》(2024)等动画作品,通过对中华优秀传统文化的创新性演绎与影像化呈现,形成了一股动画电影领域的“新国潮”热^[1]。岳利莎认为,“新国潮”动画电影并非将传统文化与现代审美进行简单拼贴,而是以包容、开放的创作理念,创新中国传统故事、重塑传统文化符号^[2]。刘庆军等认为“新国潮”动画电影深深植根于中国文化,这些动画常常

以中华优秀传统文化元素为基础,包括神话、传说、历史、文学等,《白蛇:缘起》就是以中国古老的白蛇传说为蓝本,用动画的方式重新诠释这一传说^[3]。近年来的《姜子牙》《新神榜:杨戬》等中国动画通过对封神题材等传统神话资源和经典故事的重新演绎和再度发掘,在更加宽广的创作思路中一改《西游记之大圣归来》《小门神》中具有理想主义的正面形象,塑造了叛逆、亦正亦邪的主人公形象,同时更加注重经典资源的系列化转化,在打造“IP 宇宙”方面开辟了新的空间^[4]。

国产动画电影的复兴之路如何走,成为行业关注的焦点。近年来,动画电影市场迎来了一股神话改编浪潮,这些动画电影不仅引起了大众对国产动画电影的高度关注,也引发了人们对传统文化的深思^[5]。刘丹丹认为动画电影创作者为了完成对中华优秀传统文化的当代建构与传播,必须用现代技术呈现中国古代绘画中的神韵、气韵、意象,以及虚实结合和天人合一等美学概念,所以要通过话语对传统美学深入的认识来建构现实深度,还要符合媒介时代的传播需求,通过深耕视觉技术与叙事的和谐来实现^[6]。张伶俐等认为纵观中华优秀传统文化国际传播过程,以情感为切入点的媒介实践已成为共识;动画电影作为数字时代中华优秀传统文化基因的转译装置,通过叙事符号的认知转译、技术介导的情感唤醒以及互动场域的价值凝聚,在以情动人中推动跨文化接受从感性共鸣向价值共识跃迁^[7]。本文在深入研究影片叙事策略、文化表达等方面的基础上,从不同维度思考中国电影乃至中华优秀传统文化国际传播的未来发展进路。

一、跨文化传播:对外传播的策略与成效

(一) 叙事革新:从“出海”到“闹海”的国际化表达

在后经典叙事学的视域里,电影叙事是指电影“大影像师”出于某些目的“告诉”影片观众发生了某事。这样一个电影叙事的观点基于如下两个互补的原则:一是电影叙事在本质上不是一种结构而是一种行为,电影“大影像师”利用叙事资源达到与观众交流的目的;二是观众不仅对电影“大影像师”的叙事行为做出反应,而且观众及其反应极大地影响着故事的建构^[8]。这就说明电影的叙事不能单纯依靠制作团队和导演喜好来进行建构,观众的参与以及对受众的调研分析是不可或缺的,这对于系列大片更是如此。基于此,《哪吒之魔童闹海》在主题上有了重大突破,实现了从儿童化向成人化的转变,使意蕴更复杂,引发了观众的多元思考,成功获得海内外受众的一致欢迎。

究其原因,离不开两大叙事核心要素,即情感与价值观的表达。情感的共鸣是该影片成功的一大重要基石,它超越了技术和想象,扎根于情感的张扬,通过呈现哪吒、敖丙、申公豹等角色及其与家人朋友之间的亲情友情,展现出丰富饱满的情感。借助李靖夫妇的“沉默之爱”、敖丙的“族群使命”、申公豹的“卧薪尝胆”等东方家庭伦理叙事,嫁接西方观众熟悉的“代际冲突”与“代际和解”主题,哪吒与父亲的对抗和解,更是被《纽约时报》评价为“东方版的《星球大战》父子叙

事”。在友情方面,哪吒与敖丙同体的大胆设定,不仅增加了故事的趣味性与神秘感,还为情节的发展提供了更多的可能性,多次的反转情节提升了影片的可观性。而从价值观角度来看,在兼顾故事、主题与传统文化的基础上,完成了从“出海”到“闹海”的国际化表达,既保留了中华优秀传统文化的精髓,又结合了现代全球观众的审美需求和价值观;并将约瑟夫·坎贝尔的“英雄之旅”模式与东方集体主义叙事进行融合,打破西方个人英雄主义的单一范式;将哪吒从传统神话中的“弑父者”重构为全球化语境下的“觉醒者”,以“反抗压迫—自我和解—群体救赎”的叙事弧线,触发海内外观众对多元文化冲突的反思,实现了传统与现代的完美融合,令海内外受众沉浸于影片的隐喻表达中深刻思考现实世界。

(二) 传播策略:分众突破与社群裂变

系列大片通常都存在一个明显的难题,即续作在热度和吸引力上较难突破前作,原因在于续作和前作不仅时间跨度较长,且影响力无法长存,往往出现隔断,难以实现可持续性。

而《哪吒之魔童闹海》作为打破续作魔咒的国产动画,做到了两者的兼顾,并利用“分众突破”与“社群裂变”的结合恰如其分地实现精准触达与“病毒式”扩散的双重目标。在分众突破方面,制作团队在吸收第一部成功经验的基础上,对不同群体的受众需求进行精细化分析。比如年轻观众喜欢二次元和“国潮”,家庭观众注重合家欢,影迷关注制作团队、IP联动以及国际市场。针对这

些群体制定不同的内容、渠道和互动方式,打造“千人千面”的传播内容。此外,在宣传方面注重场景化内容适配,占据碎片化注意力,例如拆解电影高燃打斗片段为15秒“情绪炸弹”,搭配“哪吒仿妆挑战”“台词配音大赛”等轻互动形式在各大短视频平台传播。而在社群裂变方面,挖掘垂直圈层需求,服务核心受众,构建“参与式传播”生态,激活粉丝动能便成为核心所在,充分利用现有的粉丝基础,通过激励机制让粉丝自发传播。归根结底,《哪吒之魔童闹海》的分众策略是将大IP拆解为多个“微型文化模型”,再借助社群裂变机制将这些模型注入不同圈层的社交链。在此过程中,观众从被动接收者转变为内容共创者,获得极大的成就感,最终形成通力合作的美好局面。同时,此模式既规避了传统大片“广撒网”的高成本风险,又能通过精准触达提升转化效率,为国产动画IP的系列化开发提供新思路。

(三) 产业协同:IP生态的全球化布局

传统IP的本质是抽象,载体是形象,目的是连接。庞大复杂的商业组织或者文化景观被抽象处理的意义在于方便人们理解IP提供方。IP提供方可以通过构建IP的世界观,扩展IP涉及的情境,丰富传统IP的内涵。这就意味着需要对传统IP有非常深入的理解,改编时更要注重细节的雕刻,避免开发过猛导致简单化、庸俗化、刻板化,从而导致受众无法理解IP所承载的价值观,更无法体会IP提供方的文化世界^[9]。值得肯定的是,《哪吒之魔童闹海》在近乎完美的程度上完成了对细节的雕琢,并基于受众进行神话

重塑,突破了文化的壁垒,达到文化国际化表达的要求。

《哪吒之魔童闹海》IP运营产业链的完善与协同,更进一步助力哪吒走向世界。其形式主要分为上中下三游进行输出,上游以内容衍生为核心,联合阅文集团推出《哪吒前传》小说和漫画,通过文字与图像补充电影未呈现的细节,如石矶娘娘救猫的情节、敖丙与龙族的矛盾起源等,并在起点国际上线英文版,为全球观众提供世界观铺垫,降低文化理解门槛,形成跨媒介叙事扩展。同时,授权腾讯天美工作室开发MOBA手游《哪吒:封神战场》,与《王者荣耀》国际版联动推出限定皮肤,实现玩家与影迷的双向导流。游戏中融入电影未公开的“灵珠觉醒”剧情,形成影游联动的叙事闭环。中游则是衍生品工业化开发,与泡泡玛特推出限量盲盒系列,预售首日即售空,海外市场同步推出本土化变体,如东南亚“莲花童子”潮玩,还合作支付宝发行数字藏品,持有者可兑换线下乐园体验权,实现虚实消费融合。下游以沉浸式消费场景为主,例如华强方特建设“哪吒神话主题园区”,引入VR过山车、全息剧场等体验项目;在纽约、东京等城市打造“哪吒艺术快闪馆”,融合当地文化元素,入乡随俗创建纽约版哪吒,即手持自由女神火炬的地方哪吒形象,从而拉近哪吒与当地民众的关系,独辟蹊径地实现文化输出。由此可见,采用产业协同的IP生态布局模式,不仅从侧面推动了哪吒IP在全球的知名度,反哺电影《哪吒之魔童闹海》,还为传统文化的现代传播和国际交流开辟了新的道路。

二、艺术创新:东方叙事的全球适配性

《哪吒之魔童闹海》作为中国动画电影的里程碑之作,其艺术创新不仅体现在技术与美学的突破,更在于成功构建了一种东方叙事的全球适配性,将传统文化内核与现代全人类共同价值深度融合,实现了跨文化共鸣。

(一) 神话重构与全人类共同价值的平衡

在全球化娱乐传播体系中,电影作为文化产品不仅承载着娱乐功能,还肩负着文化符号全球传播的重要使命。尤其对于具有鲜明本土文化特色的作品而言,跨文化想象的实现面临从设计到传播的多重挑战^[10]。《哪吒之魔童闹海》作为一部以中华优秀传统文化为基础的动画电影,充分展示了娱乐产品在跨文化传播中的复杂性。从符号设计的初期构思到电影制作的编码过程,再到全球市场的发行与受众的解码,开发者不断应对跨文化传播中的诸多难题,最终成功克服语境差异与文化偏见所带来的阻碍,实现《哪吒之魔童闹海》东方叙事的全球适配性。

这一成功并非偶然,而是来源于主创团队对语境差异的把握,深刻认识到高语境文化(中国文化)与低语境文化(欧美文化)之间的根本差异。中国文化作为高语境文化,往往喜欢以委婉隐喻的方式传递文化符号,不直接表达信息内容与背景,间接传达是其主要传播特质。欧美文化作为低语境文化,往往喜欢直抒胸臆,倾向于直接表达信息

内容,文化符号显性可见,缺乏内涵与深度,但通俗易懂。两者之间这种鲜明的差距导致文化的传播存在误读,高语境文化中的符号往往难以在低语境文化中被精准解码,影响文化传播的深度与广度。然而,这一问题在《哪吒之魔童闹海》中被导演和主创团队巧妙解决,影片将原本局限于东方文化语境的“哪吒闹海”故事升华为全球观众可感知的成长史诗,颠覆性地重构中国神话故事,将东方哲学中的“逆天改命”与西方个人主义精神结合,形成跨文化的情感共鸣。这种独特的东方创作理念,既展现了中华优秀传统文化的精髓,又观照现实世界传达了深刻的人生哲思与价值观念,引发全球观众的多元思考,实现全球覆盖的文化输出。

(二) 视觉美学的国际化编码

电影艺术发展史也是一部科学技术发展史。技术的进步,对电影艺术的形态、电影语言的创新和电影美学的演变均产生了影响。技术层面影响了传统电影工业的拍摄、后期制作与放映的关系,艺术层面引起了电影创作美学感受同观众审美接受的冲突^[11]。因而,只有在视觉呈现上兼顾技术与艺术两个方面,才能制作出既受观众欢迎,又极具视觉美学的上乘之作。《哪吒之魔童闹海》正是抓住这一关键点,在视觉设计上实现了传统美学与现代技术的深度融合,影片内多样化的物象设计贯穿中西,既传递文化符号,又符合国际观众的审美偏好。

《哪吒之魔童闹海》视觉美学的巨大成功离不开国产动画人的独具匠心,以及在视觉效果领域的全面突破,在不计成本与人力的情形下,构建出一套兼具东方美学底蕴与现代技术

张力的视觉体系。东方美学通过数字化转译实现范式革新,为观众打造了一场沉浸式神话盛宴。比如,影片中四海龙王战甲的纹样,取材于三星堆青铜器的饕餮纹与云雷纹,并利用3D浮雕技术强化其立体感;天元鼎原型来源于商代龙纹扁足鼎,表面错金纹路由数字雕刻技术复刻,赋予神器极强的压迫感与历史厚重感,这种高还原度的器物原型重构,将中华优秀传统文化符号深度融入物象设计,形成独特的视觉辨识度。此外,古代名画的场景复活更极具震撼,以宋徽宗《瑞鹤图》还原的玉虚宫屋顶瑞鹤群飞的场景,采用流体模拟技术让仙鹤羽毛随风飘扬、仙气飘飘。陈塘关建筑群参考敦煌壁画中的唐代楼阁样式,结合 Houdini 程序化生成技术批量建模,既保留古代风韵,又提高了制作效率。值得注意的是,制作团队除了在以上细节中注重视觉美学的呈现外,还积极融合多种现代元素,从而服务于现代观众的审美。一是写意水墨的数字表达,在“水淹陈塘关”的长镜头中,宋代山水画的“青绿皴法”被转化为动态粒子特效;二是赛博朋克元素的嫁接,海底龙宫场景将青铜器质感与霓虹光效融合,并采用蓝紫冷光与青铜绿锈的撞色来设计海底妖族机械铠甲,构建出“神话赛博”的独特美学风格。这些多样化的视觉美学,既符合中国文化的意境美学,又赋予画面超现实的视觉冲击力,让海内外受众沉浸在中华优秀传统文化的别样魅力中无法自拔。

三、工业赋能:技术标准与产业链的全球化竞争力

技术的壁垒、特效的困难、工业的落后,

这些一直以来都是海外对中国动画产业的诟病。而《哪吒之魔童闹海》的横空出世,向世界证明了中国也能做出世界一流的动画电影,更能突破技术的壁垒,打造出具有全球竞争力的精品。

(一)从“代工”到“主导”:中国动画产业链的升级

近年来,国产动画电影或“国漫”取得跨越式发展,其快速进步和强势崛起令人瞩目。国产动画的工业化生产趋势与“工业美学”特征愈加凸显,已经成为电影工业美学“接着讲”的重要对象和重要研究资源之一^[12]。换言之,中国动画产业工业化已经实现了量变的积累,而《哪吒之魔童闹海》是质变的诱因,高调地向世界展示中国动画工业的良机。因为在《哪吒之魔童闹海》的背后,是138家中国动画公司,超过4000名动画人才参与,呕心沥血5年多才完成的佳作。它不仅汇聚了中国动画人的心血与时间,更展现出中国动画工业从“代工”走向“主导”的自强之路,能够成为中国动画电影的里程碑与质变之因便不足为奇。

而这条自强之路的核心,离不开两个方面的进步,一是跨团队高效协同,二是全产业链资源整合,两者相辅相成,成功推动中国动画进入工业化新阶段。在跨团队高效协同方面,有138家动画公司通过云端协作、平台同步、模块协同等形式合力参与制作,各制作团队采用标准化资产库管理模型、贴图、素材等数字资源,可以毫无阻碍地共享资源,完成高效协同。此外,还利用“模块化管理”将项目分解为26个独立模块。例如,原力动画负责角色建模,墨境天合专攻流体特效,天工异彩

研发动态水墨引擎等。这种模式的创新,打破了好莱坞“In-house”体系,既避免了创作同质化所带来的审美疲劳,还推动了全产业链的协同发展,防止垄断所造成的抑制创新。也正是在这样博采众长的情形下,《哪吒之魔童闹海》出品方光线传媒开始牵头进行全产业链的资源整合,不仅积极寻求与各大头部厂牌的合作,形成剧本开发、特效制作、衍生品设计全链条闭环,还专门组织团队开发中华传统神话题材的数据库,用以之后继续制作中国美学风格的动画电影。这套产业链体系通过灵活整合全产业链资源并实现产能跃升,使影片的制作开发从质量到品质都得到高度的把关与雕琢,从而助推全产业链的升级,这种模式注定将成为中国电影数字工业体系的未来进路。

(二)技术突破:文化硬实力的彰显

《哪吒之魔童闹海》的技术突围标志着中国动画已突破代工阶段,进入文化科技深度融合的新纪元。这种硬实力的彰显不仅体现在上百个角色及形态的专利申请,更在于构建了文化价值与技术标准双向输出的新范式。

当哪吒风火轮的粒子轨迹划过全球银幕时,展现的不只是技术的精湛,更多是中国动画人的用心与勤恳。《哪吒之魔童闹海》全片特效元素1万多个,镜头共计2427个,其中特效镜头就拥有1948个,远超第一部的总镜头数量,这正是造就影片中诸多宏大场面的主要原因,因为精益求精,所以工程浩大,把140分钟体量的大剧本转化成令人惊叹的动画画面,高达30多个的S级特效,除了依赖制作团队的技术突破以外,还有“东

数西算”国家超级工程的托底。众所周知,无论是动画电影还是电影后期制作,这类从无到有的渲染都离不开庞大的算力支持,《哪吒之魔童闹海》中,近2 000个特效镜头中有超过40%是由中国十大算力集群之一的贵安算力集群提供支持的。例如影片中时长15分钟的“三界大决战”,如果没有算力的帮助,这段剧情放入顶级工作站来渲染都得耗时30年以上,而有了超算中心的并行节点进行渲染计算,只需不到30天即可完成。由此可见,《哪吒之魔童闹海》的技术突破离不开国家的支持和动画电影人的齐心协力,技术硬实力彰显的是东方美学的算法表达与中国数字科技的算力崛起。

四、文化共鸣:“新国潮”崛起 与民族叙事

当中华优秀传统文化成为国产影视剧创作、改编的大IP时,“新国风”“新国潮”便成为风尚,不少国产影视剧在创作拍摄时注重营造东方美学风格,使之与作品的剧情内容相契合。其中高者不仅在艺术形式和手法技巧上从中华传统文艺和传统美学中汲取营养,而且将东方美学精神有机融合在故事叙述和人物形象塑造之中,令观众从中获得审美的享受和有益的启示^[13]。而《哪吒之魔童闹海》便是这类高者。制作团队将传统文化的内涵浸润在故事叙事与人物形象塑造中,大胆地对中华优秀传统文化进行现代性转译。既保留了中华优秀传统文化中的精髓,又以现代人的审美进行创新改造,在不失东方神韵的同时,巧妙地赋予其全球化表达的生命力,从而为其引领“新国潮”走向世界奠

定了坚实的基础。

最为直观的3个方面,便是影片中的人物形象、美术设计、配色配乐。一是人物形象的颠覆性塑造与现代性诠释,例如哪吒从原著的“剔骨还父”的极端反叛者变成了“魔丸转世”的觉醒者,成为了反抗霸权敢于抗争的英雄代表;敖丙从原著被哪吒“抽筋拔骨”的仇敌变成了“肝胆相照”的挚友;太乙真人从原著“仙风道骨”的上仙变成了“大腹便便”的捧哏;申公豹从原著“蛊惑人心”的邪魔外道变成了“努力奋斗”的底层勇士;南极仙翁从原著“慈眉善目”的福德之仙变成了“阴险狡诈”的无量仙翁等一系列角色在影片中被颠覆性的重构,打破了传统文化中固有的形象,被制作团队进行现代性改造。二是美术设计,影片中蕴含的中华元素别出心裁,颇有深意,例如陈塘关的整体布局采用了中国古代城镇典型的方格网状结构;阐教大本营玉虚宫造型来源于周易八卦图;太乙真人的七色宝莲也与博山炉形如山峦的造型极为相似;角色服饰采用绞缬工艺复原战国染织技法;兵器设计参考曾侯乙墓出土的文物形状绘制等,这些精巧的设计无不彰显出中华文化的博大精深,以及制作团队对传统文化的敬畏与用心。诸如此类的元素在影片中比比皆是。《哪吒之魔童闹海》的美术团队可谓耗时耗力,终将中华优秀传统文化的基因成功转化成了令海内外观众赞不绝口的视觉语言,让中华优秀传统文化“活起来”了。三是影片的配色与配乐。在配色上,主创团队基本以墨紫、鎏金、桃夭、琥珀黄、帝释青、朱砂红等传统色彩进行搭配,从而设计出让海外观众惊艳的绚丽视觉场景,沉醉于传统色彩的艳丽与梦幻之中,感叹其独特的视觉

魅力。在配乐方面,导演饺子更是创造出“杜甫理论”,即音乐要像杜甫的诗一样“反映大众心声”。于是一场中国民族乐器的视听盛宴便呈现在观众的眼前,电影中不仅应用了埙、唢呐、琵琶、笛箫、三弦、二胡等民族乐器,还融入了侗族大歌、蒙古族呼麦、天津快板等民俗音乐,共同交织构建起“听得见”的中国神话宇宙。

五、结语

本文首先梳理了中国学者对“新国潮”与中国动画电影的观点、认识、思考以及存在的问题,然后深入研究了《哪吒之魔童闹海》这部取得前所未有成就的国产动画电影,剖析其成功因素,最后结合“新国潮”的发展与《哪吒之魔童闹海》中的民族叙事,探讨了未来中国动画电影的发展方向。本文也存在一些不足,对文本的对比研究剖析还不够深入,对中国电影未来发展路径的探索,以及国际传播路径的思考研究还需进一步完善。进一步的研究可以从深入探讨不同类型影片的创作模式与运营模式、结合中国国情探索适合本土化的发展路径、关注动画电影与游戏等其他产业的协同发展情况等方面展开。

参考文献:

- [1] 陈书琴,沈鲁. 陌生化、年轻态与潮流性:“新国潮”动画电影的文化创新策略[J]. 电影文学,2025(5):28-32.
- [2] 岳利莎. “新国潮”动画电影的工业美学与东方文化追求:以追光动画作品为例[J]. 电影文学,2025(4):24-28.
- [3] 刘庆军,李亚宾. 探析神话动画电影的视觉影像与文化肌理[J]. 电影文学,2024(21):94-97.
- [4] 阮筱吟. 从《哪吒之魔童降世》到《杨戬》:“新神榜”系列电影的主题建构与演变[J]. 电影评介,2023(12):89-92.
- [5] 杜琼. 动画电影传统文化传播研究——以《哪吒之魔童降世》为例[J]. 电影评介,2022(5):83-86.
- [6] 刘丹丹. 论《新神榜·杨戬》的视觉机制、叙事策略及其文化传播[J]. 电影评介,2022(21):91-95.
- [7] 张伶俐,王奕懿. “哪吒”出海:中华优秀传统文化国际传播的动画电影进路[J]. 中国编辑,2025(4):101-107.
- [8] 苗瑞. 后经典视域下电影叙事-交流的核心概念与情境框架[J]. 当代电影,2025(2):32-39.
- [9] 张燕,王昱茗. 技术变革·艺术创新·文化出海——论《黑神话:悟空》的创作探索与文化传播[J]. 电影文学,2024(24):4-10.
- [10] 徐敬宏,渠润泽. 数字时代娱乐传播的跨文化想象——以《黑神话:悟空》为例[J]. 中国编辑,2025(2):71-80.
- [11] 郑晓,常赓,贾云鹏. 视觉真实的再现与延展:HDR 电影的应用美学[J]. 当代电影,2024(3):144-150.
- [12] 陈旭光,孙茜蕊. 媒介、文化、技术美学与想象力消费——论近年中国动画电影的工业与美学[J]. 未来传播,2024,31(1):85-92,125-126.
- [13] 周斌. 中华优秀传统文化的影视化呈现与传播[J]. 人民论坛,2023(21):102-106.

(责任编辑:王佳)