

近140家公司、4000多人全力托举，《哪吒2》取得票房和口碑双丰收

这是中国动画的“万鳞甲”

动画电影《哪吒之魔童闹海》的票房纪录仍在不断刷新。震撼的银幕体验和视觉效果，是《哪吒2》取得票房和口碑双丰收的重要原因。而电影在视觉特效方面的创新突破来自动画界的“万鳞甲”——全国近140家动画公司、4000多名动画人的全力托举。

据电影主创团队提供的数据：《哪吒之魔童降世》（《哪吒1》）全片1864个镜头，特效镜头1400个；第二部《哪吒之魔童闹海》（《哪吒2》），镜头数达到2427个，特效镜头1948个。对任何一家动画公司，这都是“做不完，根本做不完”的体量。好在，《哪吒2》本没有打算由一家公司做完。近140家中国动画公司的名字出现在《哪吒2》的片尾字幕里，其中既有传统影视巨头，也有业内知名的专业动画公司，更多的是名不见经传的中小型工作室。

戈弋所在的苏州红鲸影视承担了《哪吒2》四分之一的制作，成为参与制作量最大的联合制作公司。海浪中鱼群流动、山间飘着的云雾、天上飞着的鸟群，《哪吒2》里这些颇具美感的“技术+艺术”的碰撞，来自公司团队160人次长达26个月的日夜奋战。

现象级的动画电影，参与者与有荣焉。来自西安数字怪兽团队的股齐昊在电影院里看到自己和同事改了几十、上百遍的镜头，也听到周围观众的惊呼和赞叹。两年多时间，54个特效镜头，每一天都算数。每一个镜头，股齐昊都记得。他的同事陈一彪听完导演饺子“像素级”的要求，就知道自己在参与历史。“相比第一部，第二部质感的表现重新优化了，还优化一些细节表现，比如皮肤、毛发、布料，还有一些盔甲的质感。”陈一彪专门提到《哪吒2》里的铁链，“绑海底妖兽的铁链，在画面里也是特别细小的元素，每根铁链可能只有两三个像素，但导演还是要求我们把铁链做出对比度来。”

导演饺子透露，在制作特效时，曾尝试寻求国际团队的帮助，但效果不尽如人意。“即使是一个顶级的工作室，也可能用一流的人员来完成我们的项目，倒不如收回来，让国内的团队用心打磨兜底。”这是奔着同一个目标才能达成的默契——江西的幻影疯爆团队参与了玉虚宫穹顶特效镜头的制作，包括穹顶上的圆形图案、甘露水特效等。画面呈现不过几十秒，这些特效

镜头的制作却历时3个月。

这是一个十多人规模、平均年龄25岁的团队，使出洪荒之力的3个月。作为不参与影片投资出品、只参与制作的外包方，电影后期收益与团队基本没有关系。除了固定的酬劳，《哪吒2》在全球的巨大成功，就是对参与者最好的奖励。同样是3个月，来自深圳的知名电影公司华强方特鼎力相助。华强方特主要负责申正道和灵珠哪吒打斗场次深山密林的瀑布特效。瀑布的体量很大，水流形态复杂多变。为了满足镜头精度要求，制作团队开发了瀑布制作流程自动化程序，无人值守解算水流，多机分布式解算缓存，将50台高性能工作站整合成解算集群，对解算数据进行批量处理。团队负责人汪巍蔚介绍，这50台解算高性能工作站，每帧渲染32小时，光渲染时长就高达15天。“不仅要求规模宏大，而且特效效果要有节奏、韵律美，要符合东方瀑布的美感。”

电影里，主角高喊“若前方无路，我就踏出一条路”；银幕外，近140家中国动画公司合力蹚出属于中国动画的前路。“集合”的场面，《哪吒2》总制片人王竞不会忘记：“有的动画人连衣服都没带就来了，第二天就开始干活了。”前后五年半的制作周期里，总共参与的制作人员超过4000位，“每个人都抱着200%的决心而来，和导演一起打一场硬仗。”来自沈阳阳沅影视的李霆说，这是属于他的，全力以赴的硬仗。

“万鳞甲”最早出现在《哪吒1》中，是龙王为了支持敖丙，用龙族身上最硬的龙鳞制作而成的铠甲，堪称“全族的希望”。在《哪吒2》的特效总监石超群看来，“由于《哪吒2》的特效体量巨大，任何一场特效都涉及多个团队参与，不同的公司负责不同的环节”，这些团队，是“真正意义上动画界的万鳞甲”。近140家动画公司、4000多名动画人，这些毫无保留的托举，让《哪吒2》主创团队，特别是导演饺子的宏大构想成为现实。“一定要做观众没见过的，能够造成强烈的视觉冲击的，或者说能够有一种非常新颖的艺术表现形式，能给观众更多的美感刺激。这样的东西我们才觉得有做的价值。”饺子说。

身为“龙鳞”中的一片，西安数字怪兽团队动画主管周阿娟看到的，是属于中国电影的光芒。“我觉得这是一个新的起点，能够媲美国外电影的一个起点。以后我们肯定会制作更多、更优秀的电影。”这是周阿娟和所有“龙鳞”的信念。央视

看湛江年例如何“火”出经济文化新高度

● 蔡延鹏

在岭南大地，湛江年例作为一项独特而盛大的民俗活动，近年来以燎原之势火爆出圈。它不仅是一场热闹非凡的节日庆典，更是经济与文化协同发展的生动范例，其背后蕴含的经济与文化价值更是值得探究。

看点一：沉淀千年的文化瑰宝

文化交融 湛江年例是中原文化与俚僚文化跨越时空碰撞融合的产物。在古代，中原地区的先进文化随着移民潮逐渐传入湛江，与当地古老的俚僚文化相遇。不同文化的特色元素相互交织，如同调色盘里的颜料，共同绘就了湛江年例独特的文化底色。这种融合并非简单的叠加，而是在漫长岁月中相互渗透、相互影响，形成了一种既具有中原文化的庄重典雅，又饱含俚僚文化质朴豪放的独特文化形态，为湛江年例注入了强大的生命力。

洗风遗韵 追溯其源头，湛江年例深受洗夫人文化的熏陶。洗夫人作为岭南地区的杰出领袖，以其卓越的智慧、英勇的事迹和高尚的品德，赢得老百姓的敬仰与爱戴。她在促进民族融合、维护社会稳定方面做出了不可磨灭的贡献。为了纪念洗夫人，人们在年例中融入了对她的缅怀与尊崇，许多仪式和活动都与洗夫人的故事相关，使得年例不仅仅是一场节日庆典，更成为传承洗夫人精神的重要载体。

民俗风华 在年例期间，丰富多彩的民俗表演将节日氛围推向高潮。吴川飘色堪称一绝，被誉为“凝固的戏剧、活动的雕塑”。演员们宛如灵动的精灵，在高杆上凌空而立，看似惊险却又稳如泰山。他们身着华丽服饰，演绎着《西游记》里师徒四人西天取经的艰难险阻，或是《白蛇传》中许仙与白娘子的凄美爱情，一个个经典的神话传说、历史故事在空中生动呈现。这种独特的艺术形式，不仅展现了民间艺人巧夺天工的技艺，更将先辈们对美好生活的向往与祝福，通过每一个精致的造型、每一个灵动的动作，传递给一代又一代的湛江人，让先辈们的智慧和精神在岁月长河中熠熠生辉。

看点二：经济活力的有力激发

消费拉动 年例期间，食品消费大幅增长。同时，为了招待客人，家庭还会购置新的生活用品、装饰品等。据测算，在年例集中的月份，湛江当地的超市、农贸市场销售额较平

日增长30%-50%。住宿、交通等行业也迎来小高峰，周边酒店入住率显著提升，出租车、网约车订单量增多。

旅游带动 湛江年例吸引了大量外地游客前来观赏体验。游客们不仅能欣赏到独特的民俗表演，还能品尝到湛江的特色美食，如白切鸡、炭烧生蚝等。特别是，年例文化对春节期间的旅游业贡献尤为突出，通过年例活动提升城市品牌影响力，间接带动同一时段的旅游消费。如2025第二届广东（遂溪）北坡游鱼文化周暨典型镇特色文旅嘉年华活动，游鱼活动吸引众多游客慕名而来，带动当地旅游收入增长。

产业融合 年例文化与当地特色产业融合发展。如湛江的水果产业，借助年例的人气，水果销售渠道拓宽，果农收入明显增加。同时，年例相关的手工艺品制作、民俗表演培训等产业也逐渐兴起，形成了完整的产业链条，创造了更多的就业机会和经济效益。

看点三：文化影响力的广泛辐射

文化认同 湛江年例是湛江人民共同的文化记忆，增强了当地居民的文化认同感和归属感。无论身在何处，湛江人都会在年例时想尽办法回家团聚，参与这一盛大节日。这种文化向心力使得湛江文化得以传承和延续，凝聚起整个湛江地区人民的心。

文化传播 随着互联网的发展，湛江年例通过网络媒体、短视频平台等传播到全国各地乃至海外。精彩的民俗表演视频在网络上广泛传播，吸引着众多网友关注，让更多人了解到湛江独特的文化魅力，提升了湛江的知名度和美誉度。

文化交流 年例期间，不同地区的民俗文化相互交流融合。各地的民间艺人汇聚湛江，带来各自的特色表演，如赤坎老街新春非遗巡游、潮汕英歌舞、茂名高脚狮等省内非遗展演轮番登场，促进了文化的交流与传承。同时，外地游客的到来也带来了不同的文化观念，与湛江本土文化碰撞交融，丰富了湛江文化的内涵。

湛江年例以其深厚的文化底蕴和强大的经济带动能力，成为湛江区域发展的重要力量。它不仅是一场民俗盛宴，更是推动经济发展、促进文化交流与传承的重要载体。在新时代，应进一步挖掘和利用湛江年例的价值，让这一传统民俗在现代社会中焕发出更加耀眼的光芒。

饺子导演正式回应《哪吒3》

2月13日晚间，《哪吒之魔童闹海》（简称：《哪吒2》）的票房（含点映及预售）突破百亿元，此时距离1月29日正式上映仅16天。

2月14日凌晨，@电影哪吒之魔童闹海 连发了100个谢谢。配文：拜谢每一份相信与热爱，创下这奇迹。

据猫眼版最新数据，截至2月14日12时17分，《哪吒2》的票房（含点映及预售）已突破101亿元。

@电影哪吒之魔童闹海 随后发文配图再次表达感谢：最初的梦，永不会忘记。不少观众在社交媒体上表露心声：看完《哪吒2》后，又开始期待《哪吒3》了。对此，在接受人民日报客户端采访时，导演饺子表示：哪吒是一个系列，也可能做其他的，都有可能。在第二部中多出很多角色，还有十二金仙大会，也是从封神榜中取材而来，大家可以想象得到，之后如果有《哪吒3》《哪吒4》，故事观、世界观会越来越庞大，进入故事的人物会越来越来，可能渐渐会推动到“封神大战”。但这个想起来我都有点怕怕，因为第二部我们还没给自己留余地了，第三部确实是很难突破的。

目前，《哪吒2》已定档2月13日登陆澳大利亚和新西兰部分院线，2月14日登陆北美院线，2月27日将于中国香港上映。

综合

齐鲁墨宝赠南田

● 容乾

龙年初冬，鲁人龙鸣携带先父二帧宝贵的书法佳作，捐赠雷州清端祠陈瑛史迹纪念馆，完成了父亲生前夙愿。清代廉吏陈瑛家乡南田村，像一枚棋子搁在万顷洋田间，纵横的乡道切割出棋盘界线，穿梭的大小车辆传递着步入现代文明的气息。炊烟与绿野长年无声交流。稻子收完的田野上，堆放着一匝匝待运的草垛。天清气朗，风吹过的草垛，似乎与大地做着最后的亲吻。龙鸣驱车与笔者来到乡道整洁、荷叶田田的陈瑛故里。

2024年11月29日，陈瑛故里正举办雷州市“赓续一脉·相聚雷州”台湾青年参访交流活动，龙鸣应邀为台湾访问团作“陈瑛文化专题讲座”。精彩的讲座活动结束后，龙鸣将先父的作品捧出，亲送到陈瑛纪念馆陈馆长手里。一帧是大气淋漓、笔力雄健的行楷大字“清廉”，另一帧是千回百转、如龙腾九霄的“龙”字。陈馆长代表纪念馆，庄重地向龙鸣递交了颁发给龙敦聚先生的捐赠纪念证书。笔者有幸见证了这难忘的一幕——齐鲁父子两代人，心系雷

州大地，敬仰半岛先贤，抒写了济宁与雷州两地文化交流佳话。

龙敦聚，字御天，老先生是山东济宁市一位退休干部，曾任济宁市文联主席兼书协主席。中国书法家协会会员。中国书画杂志社艺术委员，济宁市孔孟画院名誉院长。在职期间，由于工作关系，他结识了不少国内外知名人士和书画界名流，受到大家、大师们的影响，并得到他们的指导，潜心书法艺术二十多年，终学有所成。龙老先生书法作品在国内外大展中获奖多次，十余家报刊发表著作，国内二十余种辞书入传，数百幅作品流传日、韩、美及东南亚等国，广受好评。他委托择居南方港城的儿子龙鸣，代表他向雷州半岛陈瑛纪念馆赠送他的两帧装裱后近3米长书法：一帧“清廉”，另一帧“龙”。这是他从30年前创作的书法作品中的佳作，龙飞凤舞，骨格清奇。龙老先生彼时临近退休，正处于创作的黄金时期。

龙敦聚老先生早期还担任过济宁地区外事办副主任。为了顺应改革开

放形势，他奉命带领一众工匠克服重重困难，修复了后来被列为“世界文化遗产”的“三孔”。经三年艰辛，大功告成，龙老先生受到中央领导的赞扬。“三孔”向全世界开放，成功改变了一座城市的文化旅游形象，也令他在当地百姓中拥有良好的口碑。龙敦聚老先生在工作中爱上书法艺术，长期笔耕不辍，练就较高的书法功底。他是典型的北方大汉，体格魁梧挺拔，身高一米八以上，所以他在铺纸泼墨时，挥臂俯身就能够书写超过二米长的大幅书法，一气呵成，完全不用停笔移位或让帮手来牵拉宣纸迁就手势。这是他写超大字体的一个优势。龙老先生书写大幅书法如战场上将军长鞭挥斥自如，金蛇狂舞。书作的结体章法，有自家气度，与众不同。

二十年前，龙敦聚先生的儿子龙鸣在岭南师范学院任教时，是较早投入精力挖掘清官陈瑛事迹的高校教师，历十余年，他发表了大量有关陈瑛的文章，整理点校《陈瑛全集》（合作）并独立出版了几部相关专著，成为陈瑛研究的学

术权威，得到广东省学界普遍赞赏和推崇。

五年前，陈瑛史迹纪念馆开始筹建，龙鸣接受纪念馆主管部门的委托，参与策划展馆布局、撰写展馆布展内容……一个异乡人，怀一股与陈瑛共通的正心诚意，将聪明才智和崇贤敬廉之情奉献给陈瑛故里，高质量完成了纪念馆的布展任务，擦亮了“国家廉政建设示范基地”的品牌。

龙鸣被作为人才引进到南方任教那年，龙敦聚老先生刚届古稀，已退休多年，但满腹经纶的他，却是“青山夕照明”，“为霞尚满天”。他担任了多个文化社团的职务，仍然活跃在地方文艺舞台中，是德高望重的地方文化贤老。

有一年，龙鸣回乡探亲，老父亲笑呵呵的问他：“你在南方那边都干些什么呀？那边的人怎么样？”龙鸣自豪回道：“我正研究雷州清官陈瑛呢，在报纸上开设专栏，发表许多文章呢！雷州半岛人敬贤如师，有悠久传统，陈瑛是当地历史文化名人。我慢慢研究，准备出专著呢。”龙鸣给老爸沏一壶茶，父亲坐

下来，听儿子细聊湛江。龙鸣向父亲谈起昔日的广州湾历史，今日的湛江新貌，更不忘介绍一代廉吏陈瑛，声情并茂讲了他几个感人的清廉事迹。龙老先生被触动了，对儿子说，雷州这个地方不简单啊！南海有蛟龙，腾飞指日可待。“我记得过去题过‘清廉’两个字，还有一个‘龙’字，都是我满意的作品，还藏着。我想托你赠送给陈瑛故里，以表达我的敬意，你看行不行？方便时我能亲送到就最好了。”好好！龙鸣频频点头赞成老父亲的想法。

老父亲一番话，不仅是对陈瑛的敬仰，也是对龙鸣研究课题的支持和肯定。儿子在南方工作，兢兢业业，不浮躁，学问上有出息，为父自然倍感自豪。

遗憾的是，从疫情中安然闯过来的龙敦聚老先生，龙年年初驾鹤西去。他捐赠墨宝于陈瑛故里的夙愿，也只能让儿子帮助实现。此举为陈瑛纪念馆，增添了一笔共勉名贤、继往开来的实物见证；龙老先生的墨宝，仿佛孔子故里的儒家灯笼，带着虔诚和祝福在陈瑛家园永远闪亮。

“讲文明 树新风”公益广告

关爱未成年人就是关爱未来