

不到10天时间创造我国新的影史票房纪录

《哪吒之魔童闹海》为何如此火热

新华社记者 王 胍

伴随一代代人成长的神话人物哪吒,点燃了乙巳蛇年新春电影市场。

统计数据显示,截至2月6日中午,《哪吒之魔童闹海》总票房超越《长津湖》,登顶我国影史票房

灯塔专业版数据分析师陈晋介绍,《哪吒之魔童闹海》多人结伴观影比例明显高于档期其他影片,有大量家长带着孩子共同观影。"相关数据显示,这部影片30岁至39岁、中低频观众占比突出。有大量曾经是电影市场主力的观影人群在时隔较长时间后再次回到电影院,这些观众被影片出众的口碑所'召回'。"

自1月29日上映以来,仅用不到10天时间就创造我国新的影史票房纪录,《哪吒之魔童闹海》为何如此火热?

"这部影片之所以能取得超高票房成绩,主要是因为口碑爆棚。不论故事人物、特效场面,还是主题立意和戏剧元素,都达到乃至超过观众预期。" 中国文艺评论家协会新媒体委员会秘书长胡建礼 说

精彩的故事和鲜活的人物,引发观众的情感共

在中国传媒大学动画与数字艺术学院教授范 敏看来,《哪吒之魔童闹海》在延续前作"我命由我 不由天"内核的同时,又有自我认同、价值实现、亲 情友情等多元化的主题表达。"不论是大主题还是 小主题的探讨,都紧扣当下社会热点。"

片中角色塑造同样丰富立体。例如,申公豹因亲人申小豹到访,内心温情的一面被唤醒;误以为

龙族屠杀陈塘关的哪吒虽然满腔愤怒,也要先拯救旧友敖丙;各类小妖的形象也都生动鲜活。这使得片中人物故事得以与观众形成情感共振。

"近年来,有很多关于中国传统文化IP再创作的动画电影。那些好的改编,在立意表达上一定不能脱离时代、脱离大众、脱离生活。能引起当代人的广泛共鸣,才是好故事。"范敏说。

精心打磨的视觉特效,则给观众带来震撼的视听体验。

据悉,《哪吒之魔童闹海》中角色数量是第一部的3倍,且新老角色均进行全面"翻新":建模更精致,皮肤质感更真实。此外,影片特效镜头近2000个,主创团队达4000余人。片中有一场陈塘关大战的打戏,时长约1分钟,分镜画了半年之久。

记者了解到,片中场面宏大的"洪流对战",因制作难度大、工期紧张,制片人曾与导演饺子商量能否把海妖身上的锁链去掉,或者换成若隐若现、时隐时现的方式。导演却坚持,锁链对海妖的束缚与影片主题息息相关,所以不能让步。

在饺子看来,做观众没看过的、能造成强烈视觉冲击的内容才有价值。"我们一直在寻求突破,所以不给自己留后路,一开始就设定一个'完不成''够不到'的目标,然后拼命去'跳'、去'够'、去'顶'。"

"我们做动画的心态是宁缺毋滥。"饺子说,"观众给了我们做第二部的机会。随随便便'端上桌',不符合我们的追求。我们相信,观众不会拒绝有诚意的作品。"

(新华社北京2月6日电)



在麻辣鲜香中品味中国年

用非遗川菜解锁"非遗版"春节

四川日报全媒体记者 郑茂瑜 文/图

2021年,川菜成功入选第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录,夫妻肺片、麻婆豆腐、回锅肉、鱼香肉丝、宫保鸡丁、樟茶鸭……这些川菜美食不仅享誉国内,在海外也颇受消费者的喜爱。

川菜,如今已成为四川文化名片之一,它为何能打动全球美食爱好者的味蕾?最根本的魅力在于其独特的麻辣鲜香,凝聚着四川自然条件、风土人情、悠久历史等因素。

在首个"非遗版"春节期间,川菜在市场上表现如何?农历正月初七(2月4日),记者走访了成都部分川菜馆。

川菜馆一席难求 传统菜肴备受追捧

"今年春节假期,川菜备受顾客欢迎, 消费热度超越以往,春节前半个月,我们的 包间就已预订完。"

"每天开放预订15分钟后,全天接待量就被抢购一空。"

"春节期间,我们门店营业时间延后一个小时,但每天还是有慕名前来的消费者希望我们的营业时间能再延长一些。"

……正月初七中午12点,记者来到位于成都市锦江区东糠市街1号的马旺子·川小馆,发现门外有十几位客人在排队,店内已座无虚席。

"这家川菜馆只接受当天预订,11点 开始接待,我们10点半就来排队了。"来自 广东的刘先生与家人刚刚结束用餐走出餐 馆,他表示,之所以来这家餐馆,就是为了 品尝地道的川菜。

离马旺子·川小馆不远的柴门饭儿成



2月3日正月初六,成都太古里一家川菜馆生意红火。

都太古里店同样宾客盈门,店门口显眼位置摆放着一个提示牌:"餐位已满,用餐请在前台取号"。

"今年春节期间,上客量比去年增加不少。"成都柴门餐饮管理有限公司营销部总监何知微告诉记者,由于靠近成都大慈寺景点和太古里商圈,春节期间,柴门饭儿成都太古里店的消费者主要是来自全国、全省的游客,既有带老人、小孩的家庭,也有结伴出行的年轻人,大家最喜欢的就是四川本地菜品。

到了晚餐时间,记者来到眉州东坡大 悦城店。店内工作人员介绍,春节期间包 间预订爆满,很多顾客只能选择在大厅消 费,店内热销单品主要有东坡肘子、东坡 肉、毛血旺、宫保鸡丁等传统川菜,"顾客来 自全国甚至海外,专门来品尝地道川菜。"

寻味中国文化 守正创新拓展川菜版图

"川菜是四川人的生活美学,也是四川独特的文化载体。"有雲·鹿洄天府1911中国川菜体验中心负责人薜莎莎表示,春节期间,餐厅一直在营业,16个包间以家宴为主,很多食客就是为了体验川菜而来,想品味川菜文化。

薛莎莎介绍,川菜体验中心关于整 个宴席的流程、规制、上菜顺序、位置等 都有严格的规定,每一道菜品不同的烹 饪技法也有详细介绍,让消费者沉浸式 感受川菜历史文化。在菜品上,厨师团 队除了恢复一些濒临失传的传统川菜烹 饪方法外,为了适应现代消费者对饮食 健康的需求,也会对传统菜肴配料及烹 饪方法进行调整。

为了适应外地游客的多元化口味,柴门饭儿根据川菜"清鲜见长、麻辣著称、味型丰富、适应性广"的特点,辣的、不辣的菜品都有,味型丰富,可满足不同人群的需求。同时,还推出精细化菜单+手机点餐程序,增加双语菜品介绍并注明主辅料,让消费者可以更加直观地感受菜品细节,也提高了点单效率。此外,还推出小份菜、位上菜、按件销售的菜品,满足消费客群希望多尝鲜又不想浪费的需求,大幅提升消费满意度。

何知微表示,接下来柴门饭儿还要构建产品体系,引领现代饮食结构及美学创新、产业经济、文化传播、生态保护的立体化发展矩阵,推动川菜传统技艺创新性发

"近几年,川菜产业发展非常迅猛,米 其林、黑珍珠等级别的川菜馆不断涌现,东 门市井、宽窄巷子等旅游餐饮消费场景增 多,对川菜文化传播起到了非常好的促进 作用。"在四川天府24味美食文化交流中 心主任张蛟看来,美食从来都是地域文化 的一种缩影,川菜本身也是四川文化名片 之一,随着文化自信和综合国力的不断增 强,以川菜为代表的中国美食、中国文化必 将不断拓展新的市场版图。

据《四川日报》