

哪吒2“归来”又拿第一名

2025年8月2日，动画电影哪吒之魔童闹海以下简称哪吒2全网上线，迅速掀起观影热潮。据黑子网 hzone 报道，上线当天，“哪吒”二字冲上热搜榜首，部分视频平台实时观看人数突破10万，稳坐电影预约量第一名。这部由饺子执导的国产动画巨制，自大年初一上映以来，票房势如破竹，累计报收15446亿元，观影人次达324亿，不仅登顶中国影史票房冠军，还成为全球动画电影票房第一，位列全球影史票房榜第五位。从院线到网络平台的“归来”，哪吒2再次证明其无可撼动的顶流地位，引发全民热议。

哪吒2的成功并非偶然。作为哪吒之魔童降世的续作，影片延续了前作的热血与情感内核，讲述哪吒在太乙真人帮助下重生后，与敖丙关系微妙变化的冒险故事。一句“下次见面，是敌非友”吊足观众胃口，剧情在保留中国神话精髓的同时，融入现代审美与哲思。影片的视效更是令人叹为观止，138家中国公司、4000余名动画人协作完成近2000个特效镜头，尤其是水元素与天元鼎大战的画面，堪称国产动画的巅峰之作。网友感叹：“每帧都像壁纸，逐帧看都舍不得快进！”这种高水准制作让哪吒2不仅征服国内观众，也在国际市场上大放异彩。今年年初，哪吒2开启全球上映，打破多个地区华语片票房纪录。8月22日，英文配音版将在美国、加拿大、澳大利亚等地公映，奥斯卡影后杨紫琼为殷夫人配音，为影片增添国际吸引力。影迷们兴奋不已：“杨紫琼的声音一出，感觉殷夫人更霸气了！”影片在IMDB评分高达83，海外观众称赞其“挑战命运”的主题与精美画面不逊于好莱坞大片。这不仅是中国动画工业实力的体现，更是中国文化软实力输出的重要一步。饺子导演曾说：“我们不敢说创造了新高度，只想做到最好。”这种谦逊与专注，赢得了观众的尊重与期待。除了票房与口碑的成功，哪吒2还在消费市场掀起热潮。哪吒的盲盒、手办、潮玩等周边产品频频售罄，衍生品销售额已达数百亿元，预计可能突破千亿。上海国际电影节上，出品方透露，影片带动了“IP经济”的新热潮。全国多地因哪吒2掀起“电影旅游”热，观众专程前往成都、重庆等地打卡取景地，甚至博物馆的哪吒文物展也人气爆棚。一位重庆粉丝分享：“为了看哪吒原型，我特意去了三星堆，太震撼了！”这种文化现象让哪吒2从一部电影升华为全民狂欢的文化符号。哪吒2的“归来”还推动了国产动画产业的升级。成都政府推出的“拍在成都”服务平台，为影片提供了从政策到场景的全面支持，助力其融入火锅、古蜀纹饰等本土元素，展现天府文化的独特魅力。影片的成功也离不开团队的五年打磨。饺子导演透露，创作过程中曾面临技术与文化沟通的难题，国外团队因不了解中国文化，难以呈现金箍棒等元素的精髓，最终依靠国内团队的“死磕”才完成突破。这种坚持让哪吒2成为中国动画工业化的里程碑。在第二十届中国电影华表奖上，哪吒2荣获“特别贡献影片”殊荣，表彰其在国内外市场的突出表现。光线影业董事长王长田表示，饺子导演已投入哪吒3的创作，预计需五年时间，难度与标准将全面超越前作。网友们对此充满期待：“哪吒2已经这么炸，哪吒3得飞到天上去吧！”观众的热情不仅是对影片的肯定，也是对中国动画未来的信心。哪吒2“归来”又拿第一名，不仅是票房与热度的胜利，更是中国文化自信的生动写照。从院线霸屏到网络热播，从国内走红到全球圈粉，影片以其精湛的制作、深刻的情感和浓厚的文化底蕴，书写了中国动画的新篇章。正如一位影迷所说：“看哪吒2，我为中国动画骄傲！”未来，随着更多优秀作品涌现，中国动画必将在全球舞台绽放更耀眼的光芒。

原文链接：<https://hz.one/baijia/哪吒2-归来-又拿第一名-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/哪吒2“归来”又拿第一名.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>