

文 / 化 / 观 / 察



顾客在观看哪吒周边产品。

《哪吒2》带热衍生周边产品——

# 贵阳潮玩店一“吒”难求

春节档电影上映以来，国产动画片《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)不仅以超145亿元票房进入全球票房榜前7，其衍生周边产品更掀起全民抢购热潮。在贵阳多家潮玩门店，哪吒系列手办、盲盒等商品一“吒”难求，消费者直呼“买周边比看电影还难。”

## 线下断货成常态 预售排期至年中

连日来，记者走访贵阳万象城、花果山海豚广场等商圈发现，泡泡玛特、卡游等潮玩品牌门店均将《哪吒2》系列周边摆放在醒目位置，但不少热门产品早已售罄。

“知道电影很受欢迎，但没想到会这么火，我们之前进了一批毛绒玩具和盲盒产品全部售罄，并且目前补不到货。”海豚广场潮玩次元街区樱拾潮玩店店员说。

在潮玩次元街区卡游店内，《哪吒2》电影收藏卡同样销售火热。据工作人员介绍，这些卡牌不仅重现了电影里的经典场面，还进行了二创设计，推出导演签名卡、配音演员签名卡、光刻卡等特殊版本，吸引了不少卡牌收藏爱好者以及影迷。

“春节到现在大概卖了几百个套盒，之前有机会抽取饺子导演亲签的套盒卖得更好，目前该款产品已售罄。现在在售的产品有机会抽取电影配音演员的亲签。”卡游店工作人员说，最近依然有不少卡牌收藏爱好者和影迷前来询问和购买。

“场景和人物还原好逼真，有现货卖吗？”对于潮玩爱好者丹丹的询问，贵阳万象城泡泡玛特店店员无奈地表示：“每天询问的顾客都很多，但店内仅大年初三、初四来过一批货，很快就被抢空，现在也补不到货，只能通过小程序进行线上预订。”

据悉，泡泡玛特和《哪吒2》联名推出的天生羁绊系列手办盲盒，由于设计精美、高度还原



卡游店内的敖光人形立牌。

电影角色和场景，深受影迷和潮玩爱好者的喜爱。记者通过扫描商场内的泡泡玛特柜机发现，该系列手办盲盒产品预约已排到6月中旬下旬。

## 看完电影买周边 联名产品受期待

“敖光太帅了！”在海豚广场卡游店门口，除了哪吒和敖丙之外，敖光的人形立牌也吸引不少市民及游客拍照打卡。来自河南的周女士说，“电影里除了主角之外，很多配角都刻画得惟妙惟肖，我就比较喜欢敖光和敖丙，儿子则喜欢里面那些小妖怪。”

“春节期间带孩子看了电影，今天正好逛到潮玩街区，就想看看返程之前有没有什么电影相关产品可以买给孩子。”周女士说，“其实申公豹、石矶娘娘等人物也挺出彩，让人印象很深刻，相关产品也可以安排上。”

“我们楼上有一个影院，很多影迷都是在楼上看完电影，下楼看见潮玩店就进店询问，不少是年轻的潮玩爱好者和影

迷，但更多是家长带着小朋友前来购买。”X11潮玩店店长李杰说。

此外，贵阳部分影院推出的《哪吒2》主题爆米花桶、Topper杯等也备受观众青睐。“电影上映之前，各个区域影院都会固定分到一批周边产品，我们影院内最受欢迎的哪吒主题杯子等相关产品大年初二就卖完了，实在是没预料到。”万达影城银海元隆广场店工作人员说。

除了专业潮玩店和电影院之外，不少其他行业也纷纷与《哪吒2》推出相关联名产品。2月27日，茶饮品牌霸王茶姬、库迪咖啡等纷纷通过官微“官宣”与哪吒的合作，不少网友纷纷在线催工，表示“很期待”。对于具体的联名形式，记者采访了霸王茶姬贵阳一门店，工作人员称，“目前门店还未收到相关物料，具体联名形式还要等官方通知，但值得期待。”

## 文创周边前景广 二手交易需谨慎

随着相关周边产品持续受

热捧，很多潮玩爱好者和影迷把目光转向了线上社交平台及二手交易平台。

由于不少周边都是盲盒形式，便有网友在社交平台发布“以物换物”的信息，用自己的盲盒换取更想要的盲盒。

伴随着相关产品的火爆，在某二手平台上，泡泡玛特和哪吒联名产品溢价现象也随之出现，原价69元的隐藏款“敖丙版哪吒”在二手市场溢价已达到400元以上，甚至还出现部分商家制作售卖假冒伪劣周边产品的情况。

对此，多家潮玩店工作人员提醒，“网上的信息一定要注意甄别，建议尽量通过官方途径购买，避免不必要的损失。”

“《哪吒2》周边产品的热销，显示出文化产业领域衍生品市场的巨大发展潜力。我自己也是动漫爱好者，之前关注国外的动漫比较多，但近年来，越来越多国产动漫产品受到关注，不仅是影视IP、小说、漫画，相关IP也衍生出了很多周边，都很受顾客喜爱。”李杰说，通过《哪吒2》让我们看到了细节出精品的意义，也带动了相关文创产业的发展。网上很多人都说国漫崛起了，但我认为正如饺子导演在接受采访时所说，“只有大家都不提国漫崛起的时候，国漫才是真的崛起”。随着文化自信的加强，我相信国漫代表不仅仅只有《哪吒2》，接下来一定会有更多更好的作品出现，相关文创周边发展空间也会更广阔。

贵阳日报融媒体中心记者 吴宇文/图

## 【评粹】

### 《射雕英雄传：侠之大者》：可惜沦为“瑕”之大者

特约撰稿人 曾念群

一直对徐克新片《射雕英雄传：侠之大者》抱有希望，一来他近年和“流量”明星合作的《西游伏魔篇》《长津湖》等业绩不差，二来放眼其“北漂”以来作品均在及格线上，且有一贯风格。想到过这次拍砸的概率，但把“侠之大者”拍成“瑕之大者”，实属意料之外的意外。

年前预告片一出，心想“坏了，千万别把武侠片拍成战争片”，结果该片还是掉进了追求战争场面的窠臼。众所周知，徐克以武侠片见长，在武侠世界里兼容探索、悬疑、奇幻乃至科幻元素是他几十年不变的实验配方。相对而言，战争片并不在其主菜范畴，直到联合执导了《长津湖》，一举捅破中国电影天花板，就临时起意延伸的《长津湖之水门桥》，也斩获2022年票房冠军。也许正是这两部战争片的思维惯性，让徐克误以为把规格拉高，场面做大，票房就有了无限接近天花板的保障。结果，错了。

在金庸《射雕英雄传》的原著里，战争只是故事的时代背景，并非诉求，故吃力又不讨好的战争戏，历来是该故事影视化不约而同的默契。徐克这次反其道而行之，刻意放大战争要素，进行可视化呈现，结果却是战争、武侠两不靠。

作为战争片，《射雕英雄传：侠之大者》徒有其表，而无甚战争之实。影片除了开局一场蒙金之战，其余只剩蒙军的阵仗，并无其他战役。开局蒙金大战，也只是小打小闹的过场戏，并无太多的调度和细节刻画，放在正经古装战争片里，这场戏无足挂齿。战争片没了战争场面，军阵搞得再浩大，也只是虚张声势，一旦虚张，那就是伪战争片。

作为武侠片，它同样缺乏正邪博弈和过招。正序故事里，也就最后郭靖单挑欧阳锋的高潮戏，以及早前郭靖干掉欧阳锋的马仔一战算重场戏，余下黄蓉与华筝、欧阳锋在马厩里的交手都太小儿科。此外欧阳锋不堪的记忆中，还有一

场败给郭靖的戏码，与其高潮戏里的招式和结局雷同，不知导演用意何在。影片的打斗场景之稀少，不仅刷新徐克武侠纪录，还刷新金庸题材改编的纪录。武侠片没了打戏支撑，再响亮的侠义口号，都是虚的。

影片最大的原罪，莫过于流水账剧本。金庸原著故事够普及，那么多蜻蜓点水的闪回大可不必，近两个小时郭靖“寻黄记”中，还有占据多半时长的蒙古大营水戏，留给重逢和护城的篇幅不到半小时。而且人设上，小郭上来已是欧阳锋之上的无敌存在，一个欧阳锋即可冲溃来犯的蒙古大军，何况战力更高的郭靖。

尤其到最后，黄蓉和郭靖在宋蒙两军中伸开手臂的那一幕，忍不住一声长嘘，那一刻好怀念《龙门飞甲》里错过错过的设计。在好大喜功面前，徐克终究还是把自己弄丢了，好端端的“侠之大者”，沦为徐克武侠史的“瑕之大者”，金庸改编史上的“瑕之大者”。

## 【时讯】

### 贵州非遗织染绣亮相北京

本报讯 3月3日，“黔地守艺·贵州非遗织染绣展示活动”在北京开幕，展出53件非遗作品。

据了解，本次活动是贵州省非物质文化遗产保护中心自2010年以来，首次在北京担纲承办的非遗展示活动。除展示非遗作品之外，现场还有非遗歌舞、活态展示、互动体验等活动，展现贵州非遗之美、黔地风物之魅。

“贵州与北京遥遥相望，绵延传承，都承载了华夏文明的精彩印记，见证了中华文明的延续性及强大生命力，呈现了人民生活欣欣向荣的当代活力。展望未来，贵州将继续加大对非物质文化遗产的保护、传承和发展力度，变‘资源’为‘资产’，以‘数量’谋‘增量’，书写贵州‘诗和远方’新篇章。阳春三月，我们以针为

笔，以线为墨，以贵州非遗为信，邀您来见。”贵州省文化和旅游厅有关负责人说。

据悉，此次活动由中国国民党革命委员会贵州省委员会指导、贵州省文化和旅游厅主办、中国宋庆龄青少年科技文化交流中心与贵州省非物质文化遗产保护中心联合承办。(贵阳日报融媒体中心记者 董睿语)



3月2日，2025年日本大阪世博会中国馆施工布展接受现场督导检查。据悉2025年日本大阪世博会将于4月13日至10月13日在日本大阪举行，主题为“构想焕发生机的未来社会”。中国馆是大阪世博会用地面积最大的外国自建馆之一，以“共同构建人与自然生命共同体—绿色发展的未来社会”为主题。图为日本大阪世博会中国馆一角。

新华社/传真

文明贵阳 WEN MING GUI YANG

富强 民主 文明 和谐  
自由 平等 公正 法治  
爱国 敬业 诚信 友善

文明健康 绿色环保

# 践行低碳生活 共享绿色家园

中共贵阳市委宣传部 贵阳市精神文明办 宣