

记者 观察

《疯狂动物城2》 票房破34亿元 电影“炒热”潮玩市场

在刚过去的周末，广州迎来了一场为期3天的《疯狂动物城2》潮玩快闪活动。在核心商圈天河城一楼，年轻人簇拥在盲盒售卖区，试图通过“摇一摇”确认手中盲盒里藏的“动物”是否心仪。此外，兔子朱迪和狐狸尼克这对片中的欢喜冤家，以及豹警官、牛局长、蛇盖瑞等角色衍生出的手办和搪胶毛绒潮玩，同样大受欢迎。

截至记者发稿时，《疯狂动物城2》票房已突破34亿元大关，远超过上映初期的业界预测。影片在市场的持续坚挺，为其进军潮玩市场争取了充足时间。多个潮流品牌与其开展联名合作，相关潮玩产品热度直追今年的市场爆款LABUBU。事实上，近年来优秀动画电影“潮玩化”的趋势愈发明显，电影和潮玩这两大年轻人喜爱的赛道，已成功走出一条互助互益之路。



天河城，名创优品与《疯狂动物城2》快闪活动现场

为其在潮玩市场的亮眼表现提供了保障。

70余个品牌跨界 联名，潮玩品类表现突出

据悉，《疯狂动物城2》已与70余个品牌达成跨界合作，覆盖潮玩、餐饮、服饰、珠宝、汽车等多个核心消费品类。潮玩头部企业泡泡玛特推出了单只69元的“疯狂动物城疯狂再续”“MOLLY×疯狂动物城联名”两大盲盒系列，以及价值299元的“MOLLY疯狂动物城1/12可动人偶”——MOLLY作为泡泡玛特的经典IP，与《疯狂动物城2》的合作，既助力前者实现“老IP翻新”，也提升了消费者对新品的认知度与购买意愿。

除泡泡玛特外，TOP TOY、名创优品、52TOYS等知名品牌也均与《疯狂动物城2》开展联名，售卖盲盒等产品。上周末在天河城举行的限时快闪活动，便由诞生于广州的名创优品主办。活动现场除盲盒与手办外，还为年轻人提供了“从毛巾到围巾”的一系列联名生活用品。

国产电影联名今年 大爆发，成就行业新风口

与潮玩品牌合作，并非进口影片

的“专利”。事实上，近年来国产电影与潮玩品牌的联名合作已成为行业新风口，优质电影IP的情感穿透力与潮玩的消费属性深度绑定，催生出多个现象级案例。

今年的现象级作品《哪吒之魔童闹海》以超154亿元票房登顶影史冠军，其与泡泡玛特联名的“天生羁绊”盲盒开售当日便被秒空，隐藏款“敖丙版哪吒”在二手市场价格飙升至原价的6至10倍。Fun Crazy推出的相关手办众筹获得超2600万元支持，创下当时国产动画衍生品的众筹纪录。

今年暑期档更迎来电影与潮玩IP联名的爆发期。《浪浪山小妖怪》的小猪妖挂偶3天售出1万件仍供不应求，盲盒累计销量超300万只；《罗小黑记2》线上线下售出14万件周边，北京朝阳公园快闪店10日客流量超15万人。据央视新闻客户端，2025年暑期档电影衍生品收入同比增长120%，印证了这一商业模式的巨大潜力。

电影与潮玩的深度融合，不仅让IP价值得到长效释放，更构建起年轻群体情感与消费的链接。“影玩联动”模式在2025年趋于成熟，为影视行业与潮玩产业在未来更深度的互益发展提供了实践样本。

文/图 羊城晚报记者 李丽

片中的动物角色，是这样“活”起来的

《疯狂动物城》的角色塑造很成功。它的秘诀并不复杂：许多动画电影将动物角色拟人化时，只记得给它们人的外表和故事，却忘了它们原本的动物属性。而这部电影恰恰相反，它让每个角色的行为、性格和命运，都从他们的生物本性里“长”出来。

这种真实感并非凭空而来，制作团队“蹲”了整整三年研究动物，观察它们在自然界里的样子。他们思考的核心问题是：如果这些动物真的建立文明，它们的世界会是什么样？答案当然只能从动物自身找。

事实上，从第一部起，制作团队就注重对动物的“动物性”的还原。深受喜爱的树懒“闪电”，他的动作慢得让人发笑，但这完全符合其新陈代谢极慢的生物特性。而在这部中，导演为“闪电”设计了一开手就狂飙的特性，这种快与慢的反差感，无疑为观众带来了极大的乐趣。还有，长颈鹿脖子长，那就让他们竖起高贵的脖颈，变身超模走红毯。海象喜欢游泳，那就让他成为一艘快乐的海象游船”。还有那些警察局里因为动物本能而相处失败的搭档们——有时候只

是因为对方的一个微笑，搭档就“炸毛”，这是因为人类眼中代表友善的微笑在很多动物眼中其实是挑衅的信号。类似的设计累积起来，让动物世界变得可信。

如果利用动物的外形特征来设计角色，是很多动画电影都能做到的事，那么对角色的性格设计就不一定了。《疯狂动物城2》里，主角朱迪作为一只兔子，来自一个有275个兄弟姐妹的大家庭。她的乐观、警觉以及迫切想要证明自己的劲头，正像一个在庞大群体中努力脱颖而出的“追梦者”。而她的搭档尼克是一只狐狸，电影里他解释自己的房间杂乱不堪时说：“狐狸是独居动物。”这句话解释了他那玩世不恭以及与人保持距离的习惯，其实源于独居动物面对外部世界时下意识的自我保护。事实上，那种孤独感很容易让人联想到生活中那些习惯独处的人。两人性格和需求迥异，他们的磨合很容易让人们联想到自己在生活中与朋友或伴侣的相处。

电影甚至用这种逻辑来设计反派。猥狒们是群居动物，习惯于“划地盘”，那



《疯狂动物城2》剧照

就索性用它们想扩张地盘来设计其干坏事的行为逻辑吧。而它们想要赶走的蛇类，最怕的就是寒冷，于是猥狒们只需要把原有的湿地变成雪原就行了。

总而言之，创作者们没有简单地人的故事套在动物们身上。而是把动物的天性放大，变成角色的灵魂。从观众对影片角色们的喜爱程度来看，这种理念无疑是成功的。这些动物角色都“活”了起来，而且还让观众觉得他们真实可信——因为他们的每一个举动，都符合我们潜意识里对他们的认知。

这或许可以给很多动画电影的创作者启发——好的故事，其实就藏在最本真的生命逻辑里。羊城晚报记者 李丽

片中七日，世间十年

《疯狂动物城2》相比
前作有哪些蜕变？

《疯狂动物城1》面世近十年后才，《疯狂动物城2》的上映，但在故事时空里剧情其实仅仅推进了七天。当朱迪与尼克的冒险故事从第一部的阴谋破解延伸到第二部的搭档协作，这短短一周的剧情跨度，却足以成为外部世界变化的投射。

人物关系处理的变化，是两部作品最直观的差异。第一部中，朱迪与尼克的关系完全与核心剧情深度绑定，成为推动叙事的关键动力。彼时的动物城深陷“肉食动物野蛮化”的阴谋，素食动物与肉食动物之间的猜忌、偏见构成了故事的核心矛盾，而朱迪与尼克的相遇与结盟，本身就是对这一矛盾的具象化呈现。从最初的相互戒备到携手揭露真相，两人关系的每一次转折都与阴谋的破解紧密相连；朱迪的理想主义打破了尼克因童年创伤形成的愤世嫉俗，尼克的世故圆滑则为朱迪的调查提供了关键助力，这种“天敌变战友”的设定充满戏剧张力，也让人物弧光与主题表达实现了完美统一。

而在第二部中，这种与剧情深度绑定的人物关系被弱化，朱迪与尼克成了固定搭档，他们的冒险不再围绕物种矛盾展开，而是聚焦于具体案件的解决，两人之间的互动虽依旧默契，却少了前作中的深层张力，更多是职业伙伴间的协作与扶持。这既是续作难以避免的变化，同样也是主创主动为之。面对前作催生的高人气CP效应，本作显然做了精准的市场适配。片中特意设计了两人假扮夫妻、共同照顾“孩子”的剧情段落，通过充满生活气息的互动满足观众的情感期待。这种“高糖分投喂”既延续了IP的

情感价值，又未过度发展成明确的爱情线，成为平衡艺术表达与市场需求的积极尝试。

叙事结构的调整，则呼应了十年间传播和营销环境的变化。第一部以“解谜”为核心，构建了层层递进的悬疑叙事：从肉食动物集体失踪案切入，逐步牵扯出物种对立的深层危机，剧情充满反转与伏笔，需要观众全程投入才能跟上叙事节奏。这种结构严谨的叙事方式，契合了当时以长视频为主要传播载体的媒介环境，让观众在完整观影过程中获得沉浸式体验。

而第二部明显减少了解谜成分，采用了更为线性流畅的叙事结构。故事围绕朱迪与尼克的新任务展开，情节推进顺理成章，没有复杂的阴谋与反转，更多依靠趣味化的桥段与角色互动推动剧情。影片许多段落非常适合短视频的切片化传播，无论是两人假扮夫妻时的搞笑互动，还是动物城中各类萌宠的趣味登场，亦或是新增的湿地市场等“新地图”，都具有独立的亮点与传播力，能够快速适配短视频平台的传播逻辑。简化叙事、强化片段，让影片营销更容易实现跨媒介传播，这也是票房超乎预期持续走高的原因。当然，这也引发了一部分观众对于“反派过于扁平化”的评价。

世界观与价值观的软化处理，则反映出十年间社会心态的变迁。第一部的核心主题是“打破偏见、追求平等”，影片通过肉食动物与素食动物的矛盾，隐喻了现实社会中的种族歧视、阶层固化乃至“反向歧视”等问题。朱迪那句“任何人都能成就任何事”的宣言，充满了理想主义的抗争精神，而对警察局种族偏见的

媒体操纵舆论等情节的刻画，更是直接触碰了社会敏感议题，具有鲜明的现实批判色彩。

相比之下，第二部的价值观表达更为温和包容，更着重表达“接纳不同”。片中蛇盖瑞的台词“蛇没有肩膀，不需要承担所有责任”意外走红，成为当下年轻人追捧的“松弛”语录；尼克也不再是前作中那个带着创伤与棱角的叛逆者，而是变得更为从容随性，减少了锋芒毕露的个性表达。虽然核心矛盾变为爬行动物和哺乳动物之间的矛盾，但影片不再深入触碰尖锐的社会议题，而是转向和现实保持距离的“动物城”的历史钩沉，并聚焦于个体差异的尊重与包容。这种“和而不同”的态度，无疑是对当下社会心态的精准捕捉。本片选择了以更安全稳妥的表达方式寻找社会最大公约数，既满足了观众对温暖治愈的情感需求，也为IP赢得了更广泛的受众基础。这既是商业策略的成功，也是时代需求的必然。

从2016年到2025年，片中七天，世间十年。《疯狂动物城》的人物关系从富有张力的矛盾共生发展为甜味满满的默契搭档，呼应了观众审美偏好的转变；叙事结构则更多地适配了媒介环境从长视频主导到短视频切片的行业变革；价值观亦从尖锐批判到温和包容，折射出受众心理需求的变化。这部续作也许不像前作那样石破天惊，“动物城”的高概念也不可避免地失去新鲜感，但以票房的成功和观众的口碑证明，续作也许难以超越前作，但同样可以另辟蹊径，敏锐捕捉时代变化，与观众建立新的情感连接，在刷新票房的同时，为经典IP创造新的生命力。羊城晚报记者 赵亮晨

新大众影评

大学生电影周优秀影评

《猫猫的奇幻漂流》：声音、角色与共同体的三重寓言

《猫猫的奇幻漂流》是拉脱维亚青年导演金兹·兹巴洛迪斯执导并参与编剧的动画短片。影片讲述洪水来临之际，一只小黑猫偶然登上方舟，与不同动物结伴漂流求生的故事。全片无一对白，在保留动物本性的基础上，构建出一幅末日背景下生命相依的画卷。该片于2025年接连斩获奥斯卡与法国凯撒奖最佳动画短片，其全球影响力不言而喻。本文将从声音叙事、角色塑造与身份建构三方面，解读这部作品的独特艺术表达。



《猫猫的奇幻漂流》剧照

沉默与交响：声音表意的叙事突破

影片以“无对白”的听觉设计，对米歇尔·希翁提出的声音“附加值”理论作出了影像实践。当话语退场，环境音、动作音与音乐便成为叙事主体，引导观众进入更纯粹的视听体验。

小黑猫的情绪无法借语言传递，影片便放大其喘息、心跳甚至毛发摩擦的静电声，将情感具象化为可听可感的节奏。在方舟穿越不同地貌时，音效结构亦随之流转：丛林中的虫鸣鸟叫构成紧张的高频声场，开阔海域的浪涌与鸥鸣则编织出低频的静谧。声音不仅描摹环境，更映射内心景观。

音乐同样被纳入叙事语法。山顶起飞段落中，弦乐烘托托希望也暗藏悲伤；雨滴节奏与打击乐同步，自然声响与乐句此消彼长，共同构成如交响乐般起伏的结构。在此，声音不再辅助画面，而是自主叙事的语言。正如希翁所言，我们在“声音中看见剧情”——在末日洪流里，语言或许冗余，但共鸣成为必须。

缺陷与超越：角色弧光的成长隐喻

《猫猫的奇幻漂流》中的动物虽不言说，其行为与转变却深刻映照人性。影片精妙之处，在于将性格缺陷转化为成长动力。

初登方舟的每个角色都困于自身局限：小黑猫惧水，狐狸执迷于囤积各种外表美丽却无实用之物，拉布拉多盲从群体。而在生存考验中，它们逐步突破天性——黑猫为同伴入水捕食，狐狸学会割舍外物、珍视情谊，拉布拉多离开狗群独立救援。

卡皮巴拉与蛇则代表另一种生命状态。卡皮巴拉看似慵懒贪睡，实则是团队秩序的维护者，屡次充当冲突调停者与风暴掌控人；蛇则是方舟领导者，既掌舵漂流方向，也是小黑猫精神升华的引领者，为保护小黑猫折翼而不悔，最终在山顶为理想献祭。鲸鱼时隐时现的护航，则暗示世界之中仍有超越物种的守护。影片的独特性恰在于此，角色们并

未完全摒弃天性，而是在保留特质的基础上实现超越，这样的转变隐喻人类成长的历程，观众看到的不仅是动物角色的冒险，更是对人性潜能的独特诠释。

结语

个体与集体：身份认同的流动与重构

影片将身份认同问题置于洪水这一极端情境中，探讨个体与集体关系的再建构。

小黑猫的身份转变通过“水中倒影”的意象完成。从开场顾影自怜的孤身流浪，到结局在倒影中看见并肩的伙伴，喻示其自我认知已从“我”走向“我们”。环尾狐猴则在重逢族群时，从破碎镜中看清自己——经历漂流，它已无法回归原有认同，转而内化了方舟共同体的价值认同。拉布拉多离开狗群、蛇在被逐后寻得新的归属，同样揭示：身份并非固着于物种或血缘，它是在共同行动中不断重塑的关系结点。

开放结局进一步强化这一主题。当方舟坠入深渊，动物们不再依赖旧有秩序，而是凭借彼此信任重新定义自身。

《猫猫的奇幻漂流》以声景交织实现叙事创新，借动物寓言叩问生命本质。它告诉我们，在语言失效、文明崩解的时刻，生命依然可以在倾听中理解，在脆弱中超越，在共生中重建意义。那艘没有人类却生机盎然的方舟，不仅是末日想象，更是一面映照文明本质的镜子——当我们剥离一切社会外衣，所剩下的，或许正是这种跨越物种的共情与共生意愿。

(欧阳柳 广东财经大学)

投稿邮箱：
xindazhongyingping@163.com



扫码获取
《新大众影评》
更多内容