

国产动画如何雕琢精品

李白大醉，泼酒变水，水中现鹤。

与高适、杜甫、岑夫子、丹丘生一同乘巨鹤翱翔，“将进酒，杯莫停”，极尽狂放与浪漫……正在热映的动画电影《长安三万里》以奔涌着中华文化基因的诗情，唤起观众共鸣，截至目前影片票房已超17亿元。

中国动画，呈现出扶摇直上的喜人态势。近年来，《西游记之大圣归来》《白蛇：缘起》《哪吒之魔童降世》《深海》等优秀动画电影接连出现，创作活力涌动、票房口碑不俗，传递出一个鲜明信号：中国动画市场蓬勃发展，潜力巨大。

植根深厚的中华优秀传统文化沃土，国产动画正以超凡的想象力和稳扎稳打的脚步，走出一条彰显中国特色、中国风格、中国气派的创造性转化、创新性发展之路。

中国风

探民族风格之路，抒写中华文化基因

【镜头】从繁华包容的长安，到小桥流水的江南，再到大漠孤烟的塞北，都浓缩在168分钟、48首唐诗里。电影院里观众情不自禁跟读朗诵，“中国文化就是电影最大的底气”“涌动在血液里的诗词基因”等评论获得高赞……这是近年来传统文化热潮涌动的鲜活缩影。

自1922年第一部广告动画《舒振东华文打字机》上映，中国动画走过百年时光。起伏之中，航向不变，那便是沿着中华优秀传统文化的底色，“探民族风格之路”。

《大闹天宫》《小蝌蚪找妈妈》……上海美术电影制片厂厂长速达回忆，“中国动画学派作品的辉煌群像中，有传统文化——文学、戏曲、建筑、音乐，有富有民族风格的美术形式——水墨画、敦煌壁画、年画，更有中华民族的精神内涵——善良、坚韧、勤劳、勇敢等。”

纵观近几年出圈的动画电影，“国风”“国潮”依旧是关键词。《哪吒之魔童降世》赋予传统人物新内涵，创造了一个“我命由我不由天”的哪吒形象；《长安三万里》用诗意涵养家国情怀，传递出自强、包容等中华民族的文化内核；《大鱼海棠》唯美地展示了世界文化遗产福建土楼……

“传统文化是中国动画电影创作的瑰丽宝库，中国动画学派的内核就是民族化，用民族化来展现我们自己的文学艺术形象，并创造出一套基于传统文化的表现方式，抒写中华文化基因。”北京电影学院动画学院教授马华这样总结。

创作传统文化主题动画，是借力也是挑战。为人熟知的历史人物和故事，降低了观众走进电影院的门槛，却更考验创作者的基本功。

为此，《长安三万里》的创作团队曾辗转多地采风。“我们走进陕西历史博物馆研究长安布局，站在潼关古城墙上感受哥舒翰的悲壮心情，徜徉松潘古城寻找设计云山城和泸水关的灵感……”《长安三万里》导演谢君伟介绍，每一个镜头，细致到郡守府外的影壁、文人玩的酒筹游戏、驿馆寺院里的诗板，参考了近百本文献以及众多出土文物。《李白全集编年笺注》《高适集校注》是“团队手边常备的工具书”。

有导演形容，动画是“天马行空地造梦”。自由奔放的艺术表达与传统文化故事相结合，2015年上映的《西游记之大圣归来》成为国产动画电影的现象级作品。神话题材的巨大潜力被发现。

近年来，国产动画题材多元化趋势显著，现实主义题材的动画电影拥有巨大市场潜力。比如，

近期上映的《茶啊二中》是校园题材动画喜剧，此前上映的《深海》则关注内心世界的探寻。

科技感

人才培养日益完善，动画电影产能瓶颈正不断被打破

【镜头】“10年，75亿帧”——《长安三万里》定档当天，追光动画创始人王微发了这样一条微博。动辄以“亿”为量级的数字，在动画的世界不足为奇。以《新神榜：杨戬》开场绚烂的蓬莱仙境为例，短短几秒钟，单镜头模型面数140亿，文件大小达5TB（太字节），全片渲染总时长达4.1亿核小时（中央处理器消耗量，以核乘小时数来计量），需要几千台服务器24小时连续工作。

一串串数字的倍增，看上去有些“科幻”，背后是电影工业科技硬核发展的必然逻辑。

“动画史从某种程度上来说，就是人们对于光与影的探索史，是技术和艺术相融合的历史。”中国动画学会会长马黎说。作为虚拟与现实交融的艺术，随着新一代网络传输、人工智能、虚拟现实、增强现实、动作捕捉等关键技术渗透到动画创作、生产、传播、消费的各个层面、各个环节，与创作者的想象力充分融合、相互赋能，动画电影给观众带来更高层次的视听享受。

相比真人电影一两年的生产周期，一部动画电影耗时动辄三五年乃至更久，工程更复杂。以《哪吒之魔童降世》为例，特效镜头占比近80%，分布在全球各地的60多个团队、1600多名制作人员，精耕细作5年，最终托举起超50亿元的票房奇迹。

事实上，繁复的制作对于全流程协调来说也是一种挑战，这个挑战又需要回归到工业化本身。业内人士介绍，制作阶段分散程度高、外包质量参差不齐、缺乏统一的特效标准等问题，一度掣肘中国动画工业化水平。

随着工业化流程逐渐成熟，各环节人才培养日益完善，动画电影产能瓶颈正不断被打破。行业报告显示，2017年，能够完全制作中国动画的企业不超过30家，如今中国有近1000家动画上下游企业活跃在前线，其中120家可以制作高质量的动画。值得一提的是，行业观察者指出，中国在全球动画产业链中的地位明显提高，由产业“微笑曲线”底部的代工位置，向收益率较高的曲线两端转移，内容制作逐渐出现“逆向外包”趋势。

庞大的群体，正以不同路径各自探索，凝聚起提升国产动画水平的巨大合力。

行走在追光动画的办公厂房，可以看到对应各环节的团队有序分布、同步运转。前期设计、故事板、三维建模、材质、绑定、动画、角色特效、场景特效、数字绘景、灯光合成、剪辑后期、技术、制片……集结成动画创作的完整链条。

“一部动画电影的创作，几乎100%可以从这栋楼里诞生。”于洲介绍，团队300多人中，制作人员占比约90%，“我们建立了新传说、新神榜、新文化三大系列，从成立之初就搭建了3部作品滚动推进的创作流程，每部作品的耗时稳定在3年，一部部作品不断迭代循环，拉动一条工业化体系生产线。”

工业化制作追求速度之“快”，美学艺术表达追求品质之“精”，如何兼顾？一方面，稳定的品质有赖于“内功”的积累。“比如在制作《猫与桃花源》时攻克液体、毛发难题，可以直接应用于《新神榜：杨戬》中申公豹的坐骑，技术就像‘滚雪球’一样积累起来。”于洲说，另一方面是优化流程，“追光有个工作传统，在每部电影项目完成后，各个环节都会进行项目总结会，总结成绩，也提出未来提升和发展的目标。追光的每一部电影都是建立在

上一部的经验之上。”

原创性、颠覆性创新，不仅依赖“器”的精进，更考验“人”的决心。导演田晓鹏在《深海》中用时7年，酝酿了一场关于视效创新的实验：独创的“粒子水墨”风格，将留白写意的水墨和具体写实的三维创新结合，中国画传统色彩与西方印象派美术交融，营造出梦幻般的深海世界。

影响力

打造更多文化IP载体，让中国故事走向国际舞台

【镜头】时间回到1964年，上海美影厂集结“最强阵容”创作出的第一部彩色动画长片《大闹天宫》问世。该片曾向44个国家和地区输出、发行和放映，先后参加10多个国际电影节展映并多次斩获大奖，无论美学表达还是技术水平，当居世界一流。时隔近60年，上海美影厂主导创作、与B站共同出品了动画短片集《中国奇谭》，中华民族精神和东方美学风格以“新生代”姿态回归，向世界讲好中国故事。

璀璨的中华优秀传统文化IP如何“走出去”，进一步活起来、火起来？“不模仿别人，不重复自己”，是上海美影厂一以贯之的创作理念，也是国产动画走出去的关键。

“以前，好莱坞、迪士尼、皮克斯就是我们创作的模板，但市场反响并不理想，观众也不买账。”马华说，从模仿到局部原创再到纯粹原创，是中国动画成长的必经之路，“‘照搬’可以学到技巧与经验层面的东西，但是选题方向、美学体系、故事传达出来的精神内核都是错位的。”

关于这点，田晓鹏也有切身之痛：“我在做《西游记之大圣归来》时，常被问到的一个问题，什么是属于我们自己的东方式的表演？”多年后，创作者慢慢找到了自己的语境，“创作的故事、美术、表演方式都是东方的，国风自然而然流淌在国产动画的血液里。”

在世界的注视下，探民族风格之路，成中国学派之势，承载中华优秀传统文化基因的动画作品再次受到瞩目。它的背后，是独具特色的中式视觉艺术、不断提升的动漫制作技术，以及一张张如青年李白、高适一般满怀抱负的面孔。

随着《“十四五”中国电影发展规划》明确指出扶持彰显中华民族精神和东方美学风格的动画电影，中国作家协会“揭榜挂帅”助力中国原创动画创制，一系列举措激发出越来越多的创作活力。近期闭幕的中国动画周，吸引了71家社会机构及行业公司参与，展示IP项目500余个，现场达成合作意向项目83个；6月举办的第十九届中国国际动漫节，来自67个国家和地区的567家中外企业和机构、2305名展商客商和专业人士参展参会，意向签约金额达到14.85亿元，对促进动画国际交流、推介国产优秀动画走出去起到积极作用。

翻开浩如烟海的动画“篇章”，人们深切见证中国动画的探索与前行，潮流和雄心。

今天的动画，已经不单是文艺样式，还包括综合性的潮玩手办、游戏电竞、数字文娱、沉浸式体验主题乐园及周边产品，这给了创作者更广阔的空间。数据显示，目前中国动漫产业总产值突破2200亿元，动画已成为主流内容品类之一。动画+旅游、动画+演艺、动画+设计、动画+游戏、动画+亲子教育等互通互融，进一步激发出动画艺术的产业潜能。

“中华文化的活力，不仅靠作品本身去发扬和传承，也来源于对IP的运营。”速达介绍，上海美影厂近年来不断加强版权和商标的管理，围绕服饰、食品、玩具等40个大类进行了1500余件的商标注册，构建了IP转化的新生态。据人民日报