



国产动画已从好莱坞动漫、日本动漫手中收复80%至90%的市场。剖析“国漫崛起”的密码，且听《长安三万里》的第一线分解——



▲动画电影《杨戬》海报

◀动画电影《长安三万里》海报。

“长安一片月”，照见“追光”梦

□青岛日报/观海新闻首席记者 米荆玉

第36届金鸡奖“最佳美术片奖”颁给动画电影《长安三万里》，这部席卷2023年电影市场的动画大片再次抵达一个反思节点。

《长安三万里》成为2023年的现象级作品，为动画人乃至中国电影提出“长安三问”：国产动画如何成功跳出好莱坞动画的创作模式？出品方追光动画如何将中国传统文化变成年轻人的共鸣题材？电影工业化缘何在动画领域首先取得成功？

追光动画总裁于洲同时也是东布洲国际动画周的三位策展人之一。这位青岛人先后在咨询业、高科技行业担任高管，2014年，他从优酷土豆集团高级副总裁位置离开，与王微一起创立追光动画。不同于常见的电影公司投资动画的思路，于洲以IT工程师的思路、国际产业高度和中国文化视角看待中国动画，“中国团队为中国观众做中国故事”的宗旨给予行业深

“长安”远眺，信心何来？

去年国庆节，于洲接受记者采访时就对《长安三万里》信心满满。如他所料，这部长达168分钟的影片颠覆了观众关于动画片的既有印象。“之所以提前一年就对影片持有信心，来源于追光动画对电影的打磨之功。”于洲介绍，“去年10月，《长安三万里》已经完成一大半。创作者也是观众，公司每三个月会有内部试映，第一批观众就已感受到它的吸引力，重新燃起了对传统文化的热爱和兴趣。”



■追光动画总裁于洲。

创作者尽管有着心理准备，《长安三万里》上映后的盛况仍然超出他们的预期——它在全年龄段影迷中引发轰动；92岁的观众观影后赋诗抒怀，年轻观众借此重新了解李白、高适、杜甫的人生故事，片中48首古诗既是小朋友的诗歌课，也是中年观众追昔抚今、感触人生的必修课。

实际上，《长安三万里》打破了国产动画片的各种既有限定：它的片长超过两个半小时，比肩主流商业大片的长度，突破了合家欢电影的限制；它的上映时间也不是儿童动画片的白天时段，影院经理将它放在晚间黄金档上映，显示了它对年轻观众的吸引力；影片的核心内容不是动画片里简单的善恶之分，而是将朝代兴衰、人世浮沉通过几位诗人的际遇展现出来。“一座黄鹤楼见证时代更替，一首《将进酒》道尽胸中块垒。”一位妈妈观众表示，自己会带孩子每年看一遍，随着年龄增长，对影片的理解将一层层深入。

在动画观众眼里，追光动画最显著的特点是深耕中国文化，它的三大系列“新传说”（《白蛇：缘起》《白蛇：青蛇劫起》）、“新神榜”（《新神榜：哪吒重生》《新神榜：

杨戬》）“新文化”（《长安三万里》）全部根植于中国文化，由此形成了追光动画的品牌力。对此，于洲表示：“‘新文化’题材不是我们独有的，不少动画公司在动画电影、番剧领域做过历史题材。《长安三万里》取得商业和艺术上的成功，带动创作者在传统文化领域的探索，也是对同行的鼓舞。”

“楼式”管理，环环相扣

2005年，《关于促进我国动画创作发展的具体措施》正式出台。从彼时国产动画的低谷到如今国漫的全面崛起，影迷见证了国产动画产业的全面崛起。

当然，崛起之路并非一帆风顺。2015年上映的《大圣归来》依靠众筹才完成宣发，该片凭借9.56亿元的票房成为国漫历史上里程碑意义的作品。2016年面世的《大鱼海棠》创作历经12年，获得光线影业投资后才有机会登上大银幕。在此之前，好莱坞动画、日本动画长期占据国内动画市场。著名动画制作人、《秦时明月》总导演沈乐平认为，相较于低谷期，国产动画已经从好莱坞动漫、日本动画手中收复了80%-90%的市场。

期间，追光动画开发模式的探索是“国漫崛起”中不可忽略的重要一脉。

一部动画片的创作历经七八年，动辄中途“夭折”——对于追光动画而言，他们显然不想落入这一不符合电影创作规律的困境。追光动画团队采用滚动开发的模式，同时制作三部动画长片，一部处在剧本阶段，第二部处在制作期，第三部已经着手上映前的宣发、物料等工作。2016年，追光动画推出开山之作《小门神》，其后以每年一部的速度推出作品。得益于工业化流程，追光动画耗时三年就能完成一部新作，实现稳定的产能。如今，追光动画与彩条屋（光线旗下）已经成为国产动画的两大“领头羊”，优质作品系列的积累已经初见端倪。

何以形成这样的良性态势？其实，并非易事。从国内多数动画公司的操作模式看，多是采取业务外包模式，只保留核心团队，将动画业务分发到全国各个合作伙伴，公司完成最后的统筹，有的公司核心员工寥寥无几，“连一盒月饼都分不完”，照样能推出动画电影。而追光动画有志于独辟蹊径：采用完整创作、制作体系的模式，组建300人的团队，打造从艺术、技术到制片管理的完整创作链条。

“我们的人全部集中在一座楼里，这是最难也是最合理的动画电影创作模式，皮克斯、迪士尼都是这样。”于洲介绍，“动画电影需要一个长期并肩作战、不断磨合成长的团队。不少公司只有前期，通过外包完成制作

刻的启发。

追光动画成立10年推出8部动画电影，从重新定义“动画中国风”的《小门神》到开启新文化、新风尚的《长安三万里》，初步形成动画品牌的影响力累积。

电影学者让·米特里把电影分为知觉层面、叙事层面、诗意层面。从2015年《大圣归来》至今，“国漫崛起”在视觉特效上不断取得突破，在叙事层面持续探索“神话传奇+当下视角+现代讲述”的结合，在内核角度寻找中国人的情感基点。在“寻求中国观众诗意共性”方面，追光动画不是唯一的探索者，但《长安三万里》是最早实现传统文化破圈传播的动画力作。

剖析“国漫崛起”的密码，且听于洲来自“长安”的第一线分解。

也是没有办法的选择。因为建立我们这样的团队非常难，门槛也很高。这个行业需要团队密切沟通、环环相扣，每天开会讨论，回顾复检镜头，应对各种变化并实施调整。大家必须在一个楼里，即便在不同的楼里都会影响沟通。

技术优势，不止“毛发”

CG动画时代，“毛发”一度成为考核动画技术的标准——动物身上动辄数百万根毛发，在运动、静止、微风下的毛发状态体现了动画技术的成熟度。随着国产动画的进步，“毛发”不再成为“金标准”，富有中国风的镜头才是更有挑战性的目标。

《杨戬》里惊艳的“水墨太极图大战”，水墨洇开的烟雾粒子高达1.3亿，这种水墨效果反将了好莱坞动画一军。《长安三万里》的“将进酒”片段用了近两年时间完成，李白吟诵“千金散尽还复来”时泼酒变水，水中现鹤，巨鹤驮起李白、高适、杜甫、岑夫子、丹丘生飞上青天，在人间到天界的往返里勾勒出“疑是银河落九天”的场景。于洲给出一个观众可能忽略的例子：“《长安三万里》再现了大唐的盛世气象，镜头以航拍的视角俯瞰长安，一个镜头里有一万多个角色，必须凭借技术支撑起工匠精神。在制作千军万马的战争场面时，我们如果一个个去做极其繁琐，需要利用群集技术等手段才能实现。”

从视觉层面到故事层面，动画电影都要经得起观众考验。“故事肯定更重要的，但技术也要达到一定的门槛。技术太差，观众看不进去，故事再好也没用。技术要有基本水平线，同时观众的审美也在不断提高。”于洲认为，“真正打动观众的不是毛发、特效等技术细节，而是故事和角色。”

随着追光动画作品的不断成熟，它的受众也从《小门神》的“合家欢”趋向逐步转向“青年向”。从《白蛇：缘起》开始，院线经理发现追光动画在晚间黄金档的上座率非常优异，《新神榜：杨戬》与好莱坞动画大片《小黄人大眼萌：神偷奶爸前传》同日上映却占尽上风。《猫与桃花源》创下了5年来中国电影海外票房的纪录，《长安三万里》今年暑期档狂揽18.24亿票房。而在国产动画电影的票房榜上，追光动画在前20名里占据了4席。

“票房不是初衷，票房只是个结果，而且，票房存在偶然性和不确定性。四部电影进入票房榜的前20名，是追光动画第一个10年的结果，我们挺开心，后面希望追光的作品不断继续有突破，同时希望市场上百花齐放。当下，观众需求多元化，动画电影行业处在供不应求的状况，我们期待更多的优秀动画电影和番剧出现。”于洲说。

“长安”之后，“白蛇”接力

《长安三万里》成功开启追光动画的“新文化”系列，该系列第二部将继续聚焦著名诗人吗？于洲表示：“第二部现在还不能确定是否围绕诗人展开。中华五千年历史中闪光的人物太多，无论是文化、艺术还是科学，各个方面都有许多了不起的历史人物，都有去做可能。另外，像是四大名著以及其他一些经典作品，我们也有计划用动画创作出来，这都是‘新文化’可能的创作范围。”

明年暑期档，追光动画将推出“白蛇”系列第三部《白蛇：浮生》。它承续前两部“白蛇”的艺术特点，又通过现代视角赋予古老传说的新内涵。与《长安三万里》类似，《白蛇：浮生》也是新导演团队的亮相，追光团队的导演都是内部成长起来的，而且形成了人才梯队。他们虽然是第一次执导，但都是在追光动画待了多年的老同事。对于追光动画来说，导演固然重要，更重要的是团队、团队不断积累、磨合才能做出这样的作品，这与真人电影不同。”于洲说，“真人电影往往会标明‘某某导演作品’，而动画电影只会给出标签，如：‘皮克斯作品’‘迪士尼作品’，像我们的作品都会打出来，追光动画作品。”

在采访中，几位院线负责人表达了共同感受：动画电影的成熟与电影观众的成熟同步，从《白蛇：缘起》到《哪吒：魔童降世》再到《长安三万里》，动画片现已被院线当作大片来看待，《白蛇2：青蛇劫起》《新神榜：杨戬》都在豆瓣上赢得了专业影评人的高评分。

“现在已经没有动画观众和普通观众的区分，院线经理之前界定动画电影跟商业电影的固有意识已经发生转变。”于洲认为，国产动画与好莱坞动画之间不存在“追赶”的问题，“所谓‘文无第一，武无第二’，国产动画与好莱坞动画的衡量要看的是哪方面，比如讲中国故事、诠释中国美学，我们肯定比好莱坞做得好，而好莱坞历经百年发展，他们积累的经验肯定值得我们学习，我们也要戒骄戒躁。”

在电影之外，于洲与皮三、陈廖宇联合创立的东布洲动画国际周经过五年发展，已经成为国内最具影响力的动画行业活动之一，让江苏海门成为动画产业的新高地。

对此，于洲表示，在国产动画领域仍然有很大的潜力等待开掘，“任何城市都有机会，机会不一定是划给谁的。青岛也有动画公司，尽管做动画电影的公司少一些。无论地理环境还是产业环境，青岛的条件得天独厚，而且，去青岛拍摄的真人电影特别多。对于动画人来说，青岛这座城市有着吸引力，也需要配合一些好的政策引导和软环境，构建动画产业的新蓝图。”



任安：“凝固的音符”变成流动的青春

□青岛日报/观海新闻记者 米荆玉

用音符打造第二座“五月的风”，这是青岛音乐家的梦想。2023年，又一位勇敢的作曲家挑战了这个“任务”。

12月1日晚，大型交响组曲《五月的风》在青岛市人民会堂试演。这部交响组曲由青岛作曲家任安与他在中央音乐学院的老师张帅联手打造，明年将正式与乐迷见面。

近年来，从影视音乐、音乐剧、舞剧到交响乐作品，任安的佳作不断，其中，民族管弦乐《中国少年说》、民族歌剧《马向阳下乡记》（合作）、音乐剧《未来已来》、儿童剧《向前，向前》无不赢得业界的广泛好评。2009年，任安开始构思《五月的风》。那时候，我也是青年，有着以青年的青春力量为青春之岛创作的执念，才有了《五月的风》。”任安说，“《五月的风》写的是青岛，也是中国发展的缩影。”

“《五月的风》不仅是青岛的，还是全国概念的。”著名作曲家方可杰认为，“‘五月的风’应该从青岛吹向全国。”



■青岛作曲家任安。王雷 摄

举目所见，即为题材

委约作曲家为城市创作交响乐作品，一直是城市音乐文化生态的一部分。比如说，著名作曲家周龙《琴岛》序曲、美国作曲家杰弗里·罗纳《奥帆组曲》都被青岛演奏家带到全国各个城市巡演。作为青岛作曲家，任安希望提炼出具有本地性的音乐符号。“我以前在艺术馆工作，几乎每周都要绕着‘五月的风’布置演出，渐渐地，就对这个巨大的红色钢雕塑产生了兴趣，也慢慢地理解它的深意。它代表了五四精神，与青岛息息相关，是一个城市的符号。”任安的《五月的风》构思起于2009年，到了2019年，他的创作片段运用于青岛市歌舞剧院纪念“五四运动”百年晚会中。“开场音乐有着‘五四运动’风云激荡的意境，不少老师听后有着这样的感触，他们同时鼓励我继续创作下去。于是，我下笔写了两个乐章，越写越觉得这个题材十分厚重。”

2022年冬奥会期间，作曲家张帅推出冬奥主题曲《雪花》，任安此时也向张帅发出联袂创作《五月的风》的邀请，创作视野由此从青岛拓展至北京。“张帅和我在中央音乐学院里亦师亦友。”任安介绍，“‘五四运动’的展览放在北京新文化运动纪念馆，距离中央音乐学院不远。张帅代表了青年作曲家的高度，他的北京视角和我的青岛视角结合，共同完成这部有意义的作品。”

五月的风，吹拂心灵

作为青岛新生代作曲家的佼佼者，任安从2006年起开始创作，不同时期推出不同风格的音乐作品，文华奖获奖作品《马向阳下乡记》是他音乐创作履历中的重要一笔。在任安的创作理念里，“让观众坐得住”举足轻重。“走出象牙塔的创作应该以人民的审美为导向，当然，也不能媚俗观众的耳朵。”任安认为，“考虑观众的审美趋向，当代作曲家既要有作曲技术又要情感，能让乐迷从音乐当中感受到历史的重量。”

明年是“五四运动”105周年，任安希望《五月的风》唤起观众不一样的感受。“里面有民族音乐的影子，我们做了作曲技术上的处理，用它的主题性元素描绘‘五四运动’的整个大历史背景。”任安说，好的音乐能把观众带到艺术场景里，“我的构想是唤起观众对这个城市的关注，让大家回到一战遗址博物馆，回到‘五月的风’雕塑底下，凭吊历史，在音乐中找到不一样的感触。”