

记者 刘宗智 济南报道

## 多元创新

中国动画电影的繁荣,源于创作层面的多元探索。在传统神话的现代表达上,多部作品展现了惊人的创新力。现象级作品《哪吒2》延续前作的奇幻,讲述哪吒与敖丙在天劫之后再度面对命运挑战的故事。影片在视觉特效、动作场面与情感层次上均实现升级。导演饺子认为,成功关键在于“将传统IP的价值提炼出来,结合当下环境,重新编织一个让观众相信并喜爱的故事”。

依托经典名著《西游记》,《浪浪山小妖怪》也讲了一个与“取经”有关的故事,却又另辟蹊径,将经典文化符号汇集到一起,呈现了一个与“成长”有关的故事;《聊斋·兰若寺》亦从传统文化中汲取灵感,以主线串联起《崂山道士》《聂小倩》《画皮》等耳熟能详的古代经典民间故事。

原创故事则以天马行空的想象力突破边界。《罗小黑战记2》延续前作治愈系风格的同时,融入环保议题引发年轻群体共鸣;《时间之子》通过平行时空设定构建烧脑剧情,其视觉风格融合赛博朋克与水墨美学,形成独特的东方科幻表达;《熊出没》系列则通过每年一部剧场版的稳定输出,持续完善角色成长线,逐步构建起覆盖全年龄段的合家欢宇宙。

技术突破成为品质跃升的重要支撑。二维动画方面,《浪浪山小妖怪》以水墨风格重现“中国动画学派”美学,凭借17.19亿元票房创下国产二维动画纪录。影片历时三年制作,投入超600人团队,绘制1800多组镜头,2000余张场景图,证明二维动画仍具有强大的市场潜力。

三维技术亦不断突破边界。《哪吒2》集结138家动画公司,完成超1900个特效镜头,运用“粒子水墨”“流体模拟”等算法,将传统水墨写意转化为震撼的视觉奇观。片中海底激战的场景,每一帧皆体现出制作工艺的精进,标志着国产三维动画已具备国际水准的工业化能力。

## 创作人才

诸多优秀作品的诞生,离不开一批杰出创作者与动画工作室的崛起。比如饺子导演从个人动画短片《打,打个大西瓜》崭露头角,到《哪吒1》创下50亿元票房奇迹,再到《哪吒2》续写辉煌,其历程几乎与中国动画产业崛起同步。《罗小黑战记》系列导演木头从网络动画起步,凭借持续内容输出积累核心受众,最终成功登上大银幕。

工作室模式亦呈现多元格局。《聊斋·兰若寺》背后的追光动画始终坚持从中华优秀传统文化中发掘能引发观众共鸣的拍摄题材,创作了“新传说”“新神话”“新文化”等多个以中华优秀传统文化为主题的系列电影,《新神榜:哪吒重生》《新神榜:杨戬》等均取得了票房和口碑的双丰收。“将传统文化作为我们的创作题材是一件自然而然的事。”追光动画总裁于洲说,“中国团



# 国产动画电影完成“关键一跃”

从《哪吒2》引爆春节档,到《浪浪山小妖怪》暑期档大热,再到岁末《疯狂动物城2》的火爆,国产和引进动画电影2025年整体票房突破250亿元,贡献了近半数的全年票房,成为中国影史动画电影票房最高的一年。其中,国产动画电影在这一年完成了从量变到质变的关键一跃。



队、中国故事、中国观众,是我们一开始就有提法。在这条路上走得越久,就越能感受到中华文化是一个巨大的宝藏。”

以上海美术电影制片厂为代表的“中国动画学派”,在2025年实现了经典回归。其出品的《浪浪山小妖怪》将深厚的传统技艺,用于讲述当代普通人的生命史诗,从而引发广泛的情感共鸣。影片监制陈廖宇提出的“笔墨入镜”,即让传统水墨技法成为电影镜头语言本身,而非简单的视觉点缀。这背后是超过600名动画师、手绘1800余组分镜的浩大工程,是对“中国动画学派”技艺与美学的当代传承。

不容忽视的,还有如华强方特旗下《熊出没》团队这样的“稳定器”。其长达十余年、每年一部剧场版输出,已建立起堪比工

业流水线般精密可靠的制作流程。这种稳定,证明了可持续的商业模型对于产业健康至关重要。此外,像“好传动画”等新兴力量也逐步崭露头角,凭借《大理寺日志》《雾山五行》等作品,在番剧与电影领域积累口碑,为中国动画注入风格化、年轻化的新血液。

## 产业升级

2025年的中国动画市场,已从一次性的观影消费,延伸为贯穿始终的情感陪伴与深度文化体验;从聚焦“单片爆款”的打造,升级为构建生生不息的“IP生态宇宙”。

《哪吒》系列成长为国漫电影的头号IP。从《哪吒1》到《哪吒2》,再到已进入筹

备阶段的第三部,该系列不仅票房屡创新高,更逐步构建起一个具有共鸣感的“哪吒宇宙”。这种系统化的构建,为角色成长和故事延展提供了充足空间。《中国奇谭》系列的《浪浪山小妖怪》将《西游记》的宏大背景作为舞台,却把聚光灯完全交给了无名小妖。这种“补写”经典的叙事策略,不仅赋予了传统题材新鲜的当代性,其关于个人选择、自我实现的主题更是精准击中了年轻观众的情感软肋。《罗小黑战记》则展现了从网络番剧到大电影的IP升级路径。自2011年网络连载至今,该IP历经十余年培育,形成了牢固的粉丝社群与独特美学风格。第二部大电影的成功,标志着其实现了从圈层文化到大众市场的跨越。

IP联动也成为行业新趋势。《哪吒2》与多个国产品牌推出联名产品;《浪浪山小妖怪》开发了丰富的周边衍生品;《罗小黑战记2》则与多个城市合作主题展览。这些成功的IP联动案例不仅为品牌带来了可观的商业收益,还极大地提升了IP的知名度和影响力。通过与不同领域的品牌合作,动画IP得以突破原有的受众圈层,吸引更多潜在消费者的关注。同时,丰富的周边衍生品和主题展览也为粉丝们提供了更多与IP互动的机会,进一步增强了粉丝的黏性和忠诚度。

## 口碑效应

“口碑效应”成为影片票房走势的关键变量。《哪吒2》《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》均凭借扎实剧本、精良制作赢得观众口碑。这些作品普遍注重叙事逻辑与情感真实,摒弃以往部分动画中存在的情节漏洞与设定矛盾,使观众能完全沉浸于故事世界。

口碑不佳的影片则迅速被市场淘汰。一些过度依赖IP效应而内容质量不达标的,即便有前期宣传造势,也难逃票房惨淡的命运。如改编自热门漫画的《非人哉:限时玩家》,因画风失真、叙事混乱、制作粗糙等问题,遭遇口碑与票房双失利,成为IP改编的反面教材。这种市场反馈机制的形成,倒逼制作方将更多精力投入内容本身而非营销噱头。

展望即将到来的2026年,动画电影的热潮丝毫没有减退的迹象。12月24日,国家电影局发布关于2025年11月全国电影剧本(梗概)备案、立项公示的通知,其中多部神话题材国产动画电影备案立项,包括《西游·缘劫》《炽焰·铁扇公主》《嫦娥之太阴天命》《宝莲灯缘起》《天命·哪吒》《西游释厄传之悟·空》《西游之流沙河》等,传统文化宝库仍在持续供给创作灵感。国际方面,皮克斯动画的《玩具总动员5》重磅回归,《超级马力欧银河大电影》《小黄人大眼萌3》等续作也将陆续上映。中外动画同台竞技,将进一步激发市场活力,推动创作水准提升。

从技术突破到美学探索,从个人创作到工业化生产,从单片爆发到IP生态构建……中国动画正步入一个内容为王、创意制胜的新阶段。

编辑:曲鹏 美编:陈明丽

桂尖声明  
◆于云艳  
丢失学府春天桃李园  
收据 首付 (无收据)  
300000元 (叁拾万元)  
No.5396370  
592313元 (伍拾玖万  
贰仟叁佰壹拾叁元)  
No.8596801  
111690元 (壹拾壹万  
壹仟陆佰玖拾元)  
No.9068731  
178506元 (壹拾柒万  
捌仟伍佰零陆元)  
No.9068732  
11719元 (壹万壹仟柒  
佰壹拾玖元)  
声明丢失作废。

家政服务  
◆家政13793180410

喜报  
『纸』记美好

结婚启事  
2025年12月29日星期一 农历 乙巳年十一月初十

新郎 郝泽 新娘 王梅颖  
于公元2025年12月29日喜结连理。  
谨以白卷之约,书向鸿笺。  
好将红叶之盟,载明鸳谱。  
特此登报,敬告亲友,同沐喜乐,亦作留念。

喜结良缘 同喜同贺

山东烟台  
奶油富士苹果  
脆甜多汁冰糖心 商超品质更脆甜!  
尝鲜好价 24.9 /4.5斤 农超心意卡

