



动画短片集《中国奇谭》爆红出圈 以优秀文化基因唤起时代共鸣

动画短片集《中国奇谭》自2023年元旦上线播映以来,热度不断并火爆出圈,成为众多网友口口相传的国产动画“神作”。目前,《中国奇谭》正在哔哩哔哩平台(以下简称“B站”)独家播出。全集共8话,每周日更新一话,2月5日已更新到第7话(会员抢先看)。

2023年是中国动画产业第二个百年新征程的起点。在此背景下,有开创动画“中国学派”之称的上美影与深受年轻人喜爱的B站联合推出的《中国奇谭》,是否会成为国漫短剧崛起的标志性作品?其未来是否还将衍生出其他新作?对此,中国城市报记者采访《中国奇谭》制作组,对这片动画奇境一探究竟。

■中国城市报记者 王楠

入奇境 生共鸣

《中国奇谭》包含《小妖怪的夏天》《鹅鹅鹅》《林林》《乡村巴士带走了王孩儿和神仙》《小满》《飞鸟与鱼》《玉兔》《小卖部》8个独立短片,内容以中国传统民间故事为主,从乡土眷恋到科技幻想、从生命母题到人性思考,展现着中式想象力、承载着中国民族文化与哲学,并用雄奇想象为观众营造了“奇境入梦、我在其中”的沉浸式体验感。

在《中国奇谭》制作组中,除了总导演陈廖宇外,还有於水、胡睿、杨木、刘毛宁、陈莲华、周小琳、徐宁、顾杨、刘旷、潘斌10位导演。公开资料显示,《中国奇谭》中的不少导演此前均获得过国内外行业大奖,有着夺目的从业经历。如《玉兔》导演徐宁,曾参与《魔弦传说》《金陵十三钗》等知名影视项目制作;《小卖部》导演之一的刘旷,曾参与《我不是潘金莲》《芳华》等人气电影的制作……这些经历和经验为导演们开展本次创作打下了良好基础。

有评论称,《中国奇谭》之所以能成功出圈,是因为其抓住了民族文化的经典主题,并集合了优秀青年导演的创作力量,准确地把握文化传承和艺术创新平衡点,与时俱进,体现了浓厚的文化性、鲜明的时代性以及亲切的生活性。

在B站《中国奇谭》播放界面,一些观众通过发弹幕分享感受:“进入《中国奇谭》的世界,让人一下子找回了儿时享受恬静岁月的感觉。”有观众在

接受中国城市报记者采访时表示,其仿佛从故事主角身上看到了自己的影子,很有共鸣。在北京工作已3年的邹先生提到,看《小妖怪的夏天》时,他笑着笑着突然就产生了想哭的感觉。“片里的小妖怪不就是无数个和我一样,为了理想在外努力打拼的年轻人吗?”他说。

已经有两个孩子的吴女士表示,她常利用周末时间和孩子一起观看《中国奇谭》。“我们一家人都能从故事中读出不同的感悟。而且短片精致唯美的画面以及一些富有中国特色的剪纸、水墨等艺术表现形式,也让我们得到了极大的视觉和文化享受。”

凝视角 汇匠心

在《中国奇谭》中,前三话《小妖怪的夏天》《鹅鹅鹅》《林林》因为与观众见面较早尤为受到关注和议论。很多观众在看过《小妖怪的夏天》后,通过社交平台表达了对故事中猪妖、乌鸦等小妖怪性格形象的喜爱。

《小妖怪的夏天》导演於水介绍,动画剧本与人物设定向来有较高关联度。“我们之所以设定了比较天真、单纯的小妖怪形象,是感觉这样会更接地气。”於水表示,一直以来,他都倾向于通过小人物来讲述大故事。“这可能跟我的世界观、人生观有一定关系。有网友作二次创作时提到让小猪妖变成山大王,但我认为,即使小猪妖成为了大人物或者大英雄,它也一定是由小人物慢慢成长起来的。”

於水分享创作经历时还透露了一些有趣的信息,比如《小



《中国奇谭》之《鹅鹅鹅》宣传海报。



《中国奇谭》之《小卖部》宣传海报。

妖怪的夏天》创作团队中有他的父亲和女儿。片头“小妖怪的夏天”和片中“倒数第几天”这些字,都是於水父亲用毛笔在宣纸上写完后再由动画技术制作呈现出来的。而女儿则被於水“哄”来为小猪妖的妹妹配音。“无论她将来是否从事动画行业,这都会成为一个美好的回忆。”於水说。

许多观众看到《林林》时,都表示有种看电子游戏动画的感觉,因为这部短片是以3D效果呈现出来的。《林林》导演杨木表示,这恰恰是该作品的独到之处。“总导演在策划《中国奇谭》的8个项目时,就考虑到每部作品应该在故事内容、叙事方式、画面效果、表现形式上有所区分。我这边的主要任务就是创作一部全CG(计算机动画)的短片。”他说。

据杨木介绍,《林林》早在2020年底就开始制作,在故事设计与技术创新中,他耗费了大量心血。很多观众觉得影片有掉帧、卡顿等现象,但实际上那都是杨木的有意设计,以求营造出木偶剧般的视觉效果。

谈到为何这样设计时,杨木解释称,包括迪士尼在内,欧美的三维动画电影中,人物讲话的姿态往往非常夸张,时常手舞足蹈,但中国人表达情绪、与人交流的方式通常比较内敛。“看多了欧美三维动画电影后,大家可能习惯于那种夸张的表演模式,而此时我如果完

全按照中国思维来创作一部写实作品,会显得僵化。所以,类似于木偶剧般的定格动画效果,可以更好地表达我们的东方文化气氛。”杨木说。

续情怀 探长路

《中国奇谭》火爆出圈后,其创作团队会否在此基础上提炼出下部作品的“促热基因”?

对此,《中国奇谭》总导演陈廖宇坦言,他到今天仍然认为,创作者在策划与创作之初不应应对作品的播出效果有过多奢望。“不能是为了制造爆款而去创作,因为作品成为爆款有很多难以预测的因素在里面。我们能做的就是把作品踏实打磨成精品,并争取能为观众带来更多有趣的收获。”陈廖宇说。

对于近几年越来越多的国产动画作品推出后取得较强公众影响力这一现象,陈廖宇认为,我国动画制作行业已进入自我意识的觉醒阶段。“这个自我意识是多元的,比如《中国奇谭》的8话短片并非都是由水墨制作。这种动画影片发展趋势符合不同年龄段观众的观看习惯,并且很好地体现了我们这个行业的文化自信。”他说。

值得注意的是,由于《中国奇谭》的类型、形式、时长等都与近年来爆火的外国科幻动画短片集《爱,死亡和机器人》相近,不少行业人士热衷于将两部作品进行比较,并认为《中国

奇谭》或许可学习《爱,死亡和机器人》的商业化创作模式。

对于这一类观点,B站副总裁、《中国奇谭》总制片人张圣晏认为,两部动画作品还是有明显区别。“《中国奇谭》并不完全与《爱,死亡和机器人》一样,走的是技术和创意路线。《中国奇谭》成功最大的原因可能就是它前面的‘中国’两字。”张圣晏说,“这种基因从上美影辉煌时代起就得以延续下来,它能一瞬间唤醒观众对《天书奇谭》《九色鹿》等早期经典中国动画佳作的记忆与情怀。”

此外,张圣晏认为,现在谈商业化创作模式还为时尚早,《中国奇谭》并没有完全播完,类似的系列动画创作模式也会随着市场变化而呈现更加多样化的特征。张圣晏还透露,自己和许多粉丝一样,希望继续打造《中国奇谭》第二季。“第一季的火爆,让我们发现该类系列动画短片的创作能聚拢更多优秀创作者,从而制作出更高水平的中国动画作品。”他说,“如果开始做第二季,肯定不会过多设定框架,而是经过整体设计后,根据创作者本身的风格来策划制作。但从宏观层面看,我们会把《中国奇谭》系列作品打造成经典的、承载全体中国人回忆的长线项目。因为对中华优秀传统文化进行创造性转化和创新性发展是动画人的责任和义务。”(图片由B站提供)