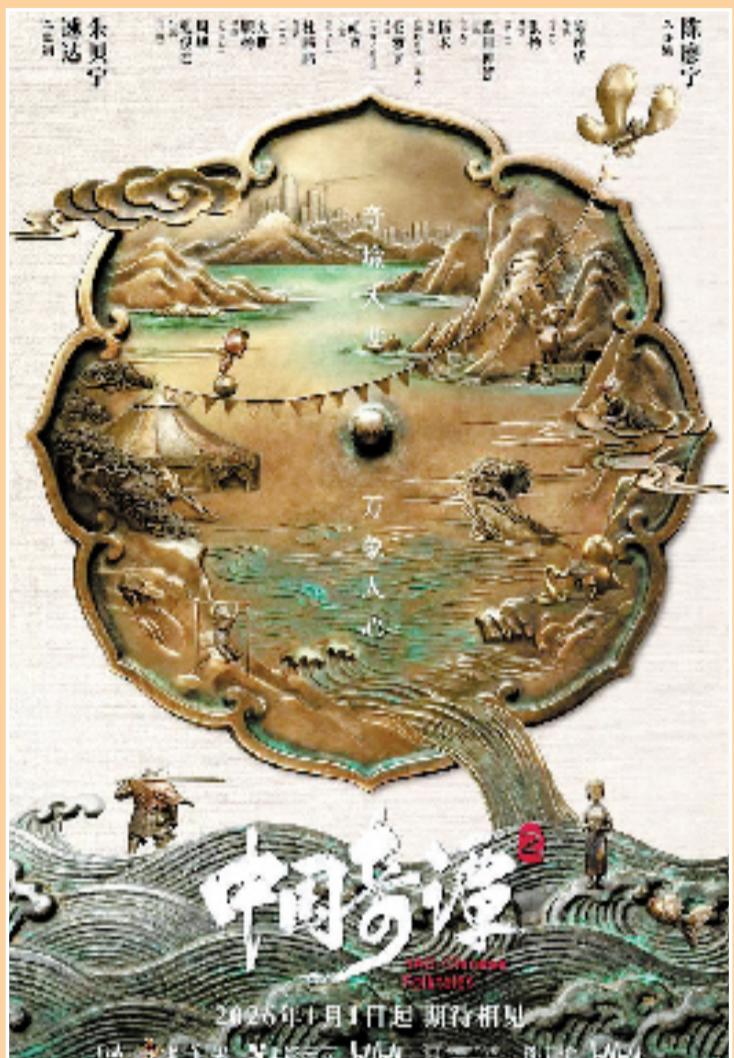


# 从现象到品牌:《中国奇谭2》 以扎实创作兑现期待

■本报记者 俞越 实习生 张瀚文



扫码回顾上海美术电影  
制片厂经典动画



《中国奇谭2》海报



《耳中人》剧照



《如何成为三条龙》剧照



《如何成为三条龙》剧照

12位导演操刀,从传统水墨的氤氲,到剪纸动画的锐利质感,再到充满实验色彩的素描与前沿的CG技术,从武侠风二维动画、毛毡定格动画到伪纪录片复古写实、怀旧手绘油画厚涂、风格化三维动画等多元艺术风格的融入。元旦假期,《中国奇谭2》在各大视频平台亮相,到目前虽仅更新3集,却已经在网络上受到极大的关注。

作为现象级动画短片集《中国奇谭》的续篇,第二季一口气带来了九部风格迥异的独立短片,塑造了一个更加多元与大胆的中式奇幻世界。

在《中国奇谭》第一季凭借《小妖怪的夏天》《鹅鹅鹅》等作品成为年度文化现象后,续集的创作无疑背负着巨大压力。

观众的超高期待像一把双刃剑。“三年时间过去了,我想让大家来看看我们的成长。”在飞往上海的飞机上,《中国奇谭2》总导演陈廖宇写下在预告片中想对观众说的话。他透露,团队并未将“突破”视为唯一目标,而是希望第二季能“像1个孩子一样自然生长”,更注重表达的自由与纯粹性。《中国奇谭2》创作过程中,团队也在突破重重困难,最终为大家带来这一中国式动漫佳作。

## “中式奇幻”的多元探索

本季的九部短片在艺术形式和叙事视角上展开了更为大胆的先锋实验,从多个维度探索“中式奇幻”的边界。

《中国奇谭》系列的核心魅力,恰恰在于它不追求统一的视觉风格或连贯的世界观,而在于对“何为中式想象力”这一命题持续进行多元、开放的个人化诠释。每一部短片都是导演对传统美学的一次当代转译,是对中国动画学派精神的一次创新性继承。

《耳中人》导演胡睿在片中融入了传统傀儡戏和昆曲《牡丹亭》念白,他认为这与其追求的电影语言不谋而合,是对传统文化瑰宝的致敬。在声音上,胡睿为《耳中人》打造了复杂的三个听觉层次:正常听觉、顺风耳感知、耳中小人主观听感,声音重做了三次,混合戏曲锣鼓、电子音效与环境采样,以实现沉浸式心理表达。在画面上,《耳中人》刻意保留老电影胶片颗粒感,并在二维中模拟长焦镜头景深,营造迷离氛围。

《如何成为三条龙》将国家级非遗傩戏元素融入叙事,并在美术上创新使用国画“皴法”来表现干旱质感。

豆瓣网友评论:“中国奇谭最棒的就是不给创作设限,每一份天马行空的想象力都在故事里有扎实的融合和体现。”可见观众对导演们艺术风格的认可。

## 精准触发情感共鸣

《中国奇谭2》引发的广泛讨论,不仅源于其艺术成就,更在于它精准地触动了当代观众的情感神经。

社交媒体上,“中国奇谭2是懂当代年轻人的”登上热搜。在播出平台上,“我是来看动画的,不是来照镜子的”成为高频评论。

《今日动物园》短片的核心是呈现一个现代困境,是选择动物园的“铁饭碗”,还是森林的“自由”。它没有给出标准答案,结尾

停在那个被修补过的缺口前,将选择权留给观众。它揭示了“围城”本质:两种生活互为他者的围城,任何选择都伴随代价与束缚。编剧杨雅词这样说:“祝福樊笼,祝福旷野,祝福每一种选择,祝福没有选择的选择。”

“到底谁才是‘真龙’?”和“他本可以逃掉的!”成为热议话题。与《今日动物园》展现静态的生存困境不同,《如何成为三条龙》描绘了一幅动态的、充满挣扎的晋升图景。

它讲述的不是“是否离开笼子”,而是“如何成为笼子顶端那只被仰望的鸟”。在人人皆渴望“成功”、渴望“破圈”的当下,这部短片如同一面镜子,映照出每条奔波在“成仙”路上的灵魂,其深处的渴望、代价与迷失。

从《耳中人》对内心私密恐惧的刻画,到《今日动物园》映射出的当代年轻人职业选择困境,成功地引起了不同观众群体的共鸣。

动画作为载体,其珍贵之处或许不在于技术能创造多么逼真的幻境,而在于能为观众提供一面映照现实与内心的镜子,让那些难以言说的集体情绪得以安放和识别。

## 把《中国奇谭》打造成 “中国动画平台”

《中国奇谭2》由上美影、上影元、哔哩哔哩与陈廖宇工作室联合出品。《中国奇谭2》总导演陈廖宇介绍,《中国奇谭2》特别邀请常光希、周克勤、凌纾、姚光华等上美影老艺术家担任顾问,形成了“老带新”的良性创作氛围。前辈们会在人物塑造、故事节奏等关键节点给予指导,但始终保持开放包容的态度,这种尊重创作个性的传统,正是上美影精神的核心。青春活力的年轻导演,为专家们带来了新鲜的思路。同时他们也在这个过程中,学习成长。

对于《中国奇谭》系列的未来,速达有着比制作单一续集更宏大的构想。“我们希望《中国奇谭》能够成为持续产出高质量中国动画内容的一个品牌,一个真正意义上的‘中国动画平台’。”速达在访谈中阐述了平台化运营的思路。这一定位意味着,与传统的IP系列化开发不同,《中国奇谭》更侧重于为拥有不同风格和表达欲的创作者提供一个高辨识度的集体品牌。

对很多观众来说,《耳中人》《大鸟》等作品的故事可能略带晦涩,如胡睿的《耳中人》,有些想表达的内容不是直接灌输,而是用剧中人的一些台词来点题和暗示,或是通过某个人把它说出来。在采访中,胡睿表示,之所以敢这么写,正是基于《中国奇谭》的氛围。

由此可以看到,这种模式既保护了创作者的个体艺术表达,又能通过平台聚合效应,增强项目的整体市场辨识度和抗风险能力,探索一条可持续的内容生产路径。

《中国奇谭》系列的成功,尤其是第二季在艺术上的探索,为中国动画产业的创作模式提供了一种新思路。它证明了在主流商业类型之外,坚持美学探索与人文关怀的中短篇内容,同样能赢得市场的尊重与观众的广泛共鸣。