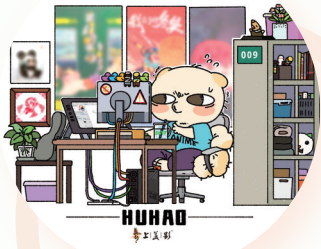


青春上海



上美影有很好的“以老带新”的传统，会给年轻人机会，也尊重年轻人的想法，鼓励年轻人去大胆创新。——胡皓

创作

传承中国美学，紧贴时代脉搏

作，他导演的《小妖怪的夏天》作为系列首发，一炮而红。同时，他又在短片立意的基础上，另起炉灶打造了长片《流浪山小妖怪》。无论长片短片，都是典型的中国美学风格——中国传统绘画的笔墨意境与电影镜头的光影空间感，让水墨氤氲的山川云气在银幕上舒展留白，备受业内和普通观众称道。电影定位“喜剧动画”，於水说这是“受童年影响”，“向《三个和尚》致敬”。

胡皓职业发展还未到师兄於水的高度，但她的职业道路，也同样受到了上美影创作思想的影响。大二时她去了追光动画实习，参与了赵霁导演的电影《新神榜：哪吒重生》，这是一部融合了东方朋克与国潮元素、有点独特风格的动画作品，她在其中负责了一段飙车戏的分镜工作。童年让她震撼的“哪吒重生”以这样的方式回归到她的人生轨迹，让她颇为感慨。

但更值得感慨的是，临近毕业时，上美影来北京电影学院校招，她如愿加入上美影，“来到了梦开始的地方”。她正式参与的第一个大项目，是上美影的电影《我们的冬奥》，美猴王、哪吒、葫芦娃等她童年熟悉的众多IP齐聚这部作品。

如今的胡皓，随身包里总是带着本子和画笔，方便随时记下生活中一闪而过的创作灵感。“不想当导演的动画人，不是好画家。”她开玩笑说，事实上，已经有一部她担任导演的动画作品在推进中，“上美影有很好的以老带新的传统，会给年轻人机会，也尊重年轻人的想法，鼓励年轻人去大胆创新。”

这样的传承，才能让上美影的作品始终紧贴时代脉搏，与当下的观众同频。



《流浪山小妖怪》



《我们的冬奥》



《黑猫警长》



《三个和尚》



《燃比娃》

上海动画何以经典不断？

制片

扶持动画新锐，培养未来大师

有可挖掘的人本主义，他想把它做成长片，那就得去找投资。”邹宇晨说，导演当时带着DEMO（小样）和一份简单的项目书PPT，去了2019年南京国际动漫节的创投会做路演。

上美影也应邀前往南京的这个创投会。“大家都看中了这个项目，因为觉得它的美术风格和上美影很匹配，更何况它又带有民族神话色彩，多方考量后，就决定把这个项目引入上美影，由我们去帮导演完成后面的资源对接、制作发行。”《燃比娃》被规划为走“国际赛道”，这跟当年上美影在国际动画舞台上的亮眼表现一脉相承。

敲定了方向后，2021年，上美影由制片人王安忆、执行制片人邹宇晨带着完成了前期开发的《燃比娃》，和导演一起赶去西宁的FIRST青年电影展继续参加项目创投。在西宁，他们收获了两个奖项以及评委们的高度认可，赞许它是一部“仅凭光影就非常夺目的作品”。“美术风格确实非常新颖，国内做二维动画电影的少，风格能做到《燃比娃》这种的更少，它有独立动画或实验动画的特质。”邹宇晨说。

这部作品也让高度欣赏它的周迅等知名演员欣然接受邀约，担任了作品的配音。周迅和上美影的眼光没有出现偏差，还在制作中的《燃比娃》进入了2024年的昂西国际动画电影节WIP单元，随后入围第75届柏林国际电影节新生代Kplus竞赛单元，这也是上美影自1982年《三个和尚》和1984年《鹬蚌相争》后，时隔四十年再度入围柏林，意义非凡。

“我觉得上美影还是挺包容的。在我的创作过程中，他们虽然对我的一些风格有所担心，但并没有太多干涉，给了我很大的创作空间，这一点我非常感谢。”导演李文偷曾在采访中，表达了对上美影的感激。邹宇晨则是在参与《燃比娃》担任执行制片人的过程中，更深切地体会到上美影扶持动画新

锐、培养未来大师的创作传统。她自小喜爱《黑猫警长》和《大耳朵图图》，虽毕业于上海交通大学理工科专业，却因热爱文化娱乐而毅然选择跨界投身动画行业。在项目实践中，她对上美影开放包容、鼓励创新的理念有了更深刻的认知与认同。

8月2日，无数人期待的动画电影《流浪山小妖怪》全国上映。每个人都怀着“共鸣”的希冀，或期待和自己当下在职场的感受共振，或希望与往日观看上美影的回忆重逢。此时不少人才惊觉：原来这几年，动画电影已经发展成全民瞩目的文化娱乐形式。而在《哪吒之魔童闹海》刷新了中国电影票房纪录后，曾引领了中国动画电影发展的上海美术电影制片厂（简称上美影），在新的时期又呈现了怎样的模样？记者采访了多名上美影影人或与上美影有着密切联系的年轻人，看看诞生过无数经典的上美影，如何打造新的时代记忆。

青年报记者 陈宏



在项目实践中，我对上美影开放包容、鼓励创新的理念有了更深刻的认知与认同。——邹宇晨

《流浪山小妖怪》7月22日在上海举办首映礼时，《中国奇谭》的作者们集体绘制了一幅画，祝贺《小妖怪的夏天》率先一步推出了大电影版。这一幕让很多人颇为感动——中国的动画人，是有多团结？

这并不令人吃惊。从《中国奇谭》的系列短片开始，总导演陈廖宇和上美影团队，就集结了一大批中国动画创作者。有於水这样成熟的，用“小猪妖”切中都市职场年轻人痛点，也有刘毛宁这样加入时刚离开大学校园不久的，用独特的乡土叙事风格，交出了平淡中见温情的《乡村巴士带走了王孩儿和神仙》。

时代在发展，上美影已不再是当年的“制片厂式”的创作模式。和如今崛起的光线、追光等动画公司一样，它既有自己的创作团队，也在市场上寻找项目和创作者。95后的邹宇晨，是上美影即将上映的动画电影《燃比娃》的执行制片人，她介绍“这部作品就是来自创投”。

“《燃比娃》的故事取材于民族的神话传说‘燃比娃盗火’，四川阿坝州当地很想挖掘和打造当地的文化IP，就找到了李文偷导演，导演听完也觉得这个故事有意思，里面

市场

开发经典IP，携手商业共创

《流浪山小妖怪》的诞生是必然，“当初在做《中国奇谭》时，我们就预感到它要爆发，短片上线两年半就推出了这部长片，就是因为我们的短片时，就已经启动了长片的规划了。”

经过几十年的积累，上美影已经拥有了包括孙悟空、哪吒、黑猫警长、葫芦兄弟、雪孩子等形象在内的动画IP宇宙。同时，类似《中国奇谭》这样的新作推出，让矩阵越来越庞大。黄晓峰透露，如今上影元文化的IP开发主要从两方面入手——经典IP的焕新升级和原创IP的培育孵化，但无论是哪个方向，整体思路不变，都是“让内容结合当下语境，让大家能够共情，这样才有利于传播到更广泛的用户群体”。

这样的IP推广定位，当然是缘于时代的变迁。“现在大家看的好内容多了，纯粹的视觉享受也就是美感上的享受只是一方面，现在已经不是一个单纯‘审美’的时期了，绝大部分人其实更愿意传播的是跟自己的生活、跟自己的情感能产生共鸣的内容，让大家愿意去说出自己心中的想法，无论是自嘲的，还是积极向上的。”他说，视觉上很美的内容，未必会让人愿意参与讨论，那些能够让大家去分享的内容，才能真正形成有影响力的传播。

确实，也正如整个《流浪山小妖怪》创作团队所说，这个让人一会儿爆笑一会儿

人组去了热门的苏超亮相，引发了很多关注。“我们陆陆续续已经公布的商业化合作，已经有20多家了。”他说，这些日常生活中常见的商业品牌，也让动画形象深入日常，这样的合作也有利于“IP本身的长线发展”。

相比于这种新创作的内容，经典IP的开发就需要费一些脑子。“从商业上来说，如何让这些经典形象与当下年轻用户建立连接是个难点，毕竟每个时代的审美也不一样。”最著名的孙悟空原本色彩很多很亮，可以通过简化、符号化或者Q版来适应当下审美，但更重要的是，他认为还是在内容共鸣上，“我们会通过自己团队的二创或者鼓励公众去参与再创作，给经典IP做人设的重构与跨界联动，去叩击现在年轻人的精神需求，比如葫芦兄弟我们就结合年轻人的内容进行二创，在抖音上‘葫芦兄弟和朋友们’这个账号已经有了超过两百万的粉丝，也有很好的商业合作案例。”

江山代有才人出，动画行业亦是如此。但是，上美影作为中国民族动画产业的一面旗帜，从创作到市场再到后期的衍生开发，在每一个链条上都仍然保持着强劲的竞争力。创作精神的传承，让一代代的年轻上美影人都能描摹出时代画像，找准时代语境的共情点。经典，一直在诞生。

《流浪山小妖怪》全国上映。

青年报记者 常鑫 摄