

□李国聪

## 情绪价值

近年来,以情绪价值为核心的新兴消费模式悄然流行,年轻群体更愿意为情绪买单,进行IP消费。前述提到的优质动画电影,都属于有观众基础的IP。当前优质的动画电影不再停留于对悲伤、喜悦等情绪的单向传递,而是更重视IP沉淀、情怀深耕,运用创意动画的沉浸式视听优势,将多元复杂的情感诉求和生活体验,转化为带有情绪价值的风格化影像。无论是国内的“哪吒”“雄狮少年”系列,还是海外的“疯狂动物城”“玩具总动员”系列,它们在对故事IP精细打磨的同时,更重视精准把握情绪价值这一引擎和底层逻辑,一方面通过天马行空的想象满足个性化观影诉求,另一方面也以温润明朗的方式发挥艺术疗愈、精神慰藉等美育效能。

相较于真人电影,在动画电影中,亲和有趣的叙事、确定的道德秩序、结局的情感温度以及正向的价值输出,使观众更乐意在这种可预测性、包容性和确定性中寻找到情绪价值。比如《哪吒1》讲述“魔丸”哪吒与“灵珠”敖丙从宿命对决到生死与共,最终联合对抗劫难的故事,传递出打破成见和标签的渴望,以及“我命由我不由天”的觉醒和呐喊,这一昂扬向上且带有自由意志的宣言既悲壮也浪漫。《哪吒2》则讲述哪吒与敖丙在亲情、友情的召唤下,携手戳穿无量仙翁阴谋,完成守护陈塘关百姓使命,探讨了身份、偏见与自我救赎的主题。这两部作品从神话传说等传统文化中提炼创意形象IP,亲近感与新奇感并存,引发观众更深层的情感共振。

## 十年积淀

2025“动画电影大年”不是一蹴而就的,电影观众对动画电影特别是国产动画是有情怀积淀的。自2015年《西游记之大圣归来》催生“自来水”的现象,直到2025年的《浪浪山小妖怪》引发共情,十年间的品牌积累功不可没。从起初对好莱坞动画的热捧,到对本土动画IP信任感的建立,其间是院线观影习惯的培养以及与大众审美趣味的互动。

2015年至2025年的十年间,国产动画依托传统文化资源,在借鉴海外类型电影经验的同时,不断深耕本土IP的新中式美学特质,逐渐搭建起与观众的情感共同体。比如从以传奇英雄为主导的惯性思路,转向对平凡个体命运的深情注视,将“无名的大多数”推向银幕前景,彰显出浓厚的情感关怀与人文精神。《浪浪山小妖怪》便是以无名小猪妖一波三折的命运为主线,刻画了遭遇挫折仍努力奋斗生活的坚韧形象。

这些口碑之作带来电影市场的良性循环,动画电影没有多元复杂叙事结构的牵制,更倾向于扎实讲好故事,流动在其间的真挚细腻情感,是驱动故事情节和角色弧光的扎实底色。简单的主题、纯粹的情感以及唯美的画面,使观众情绪得到宣泄的同时,还能接受正能量的滋养和治愈,进而产生深层次的认同,比如

## 从《哪吒2》到《疯狂动物城2》

## 为什么是动画电影

今年年初,《哪吒2》以超150亿元的票房成为全球动画电影票房冠军;年底,正在热映的《疯狂动物城2》刷新进口动画电影票房纪录,目前位居今年中国电影市场票房第三位;再加上暑期档票房超过17亿元的《浪浪山小妖怪》,让动画电影成为2025年中国电影市场最受瞩目的类型。为什么动画电影这一类型能够脱颖而出?“动画电影大年”背后,蕴藏着怎样的运作逻辑、产业信号与未来趋势?二次元文化是否给当前电影行业带来新的契机和拐点?这些问题都值得深入探讨。



## 全龄化叙事

《雄狮少年》聚焦当代人心理困境,将阿娟的孤独和焦虑交织在舞狮的动作细节里,在狮头里的每次喘息和呐喊中,不仅让观众领略到岭南舞狮非遗的魅力,更在生活琐碎之外寻得栖息处,使他们在希望、成长、勇气等主题设定中寻找到温暖和慰藉。

## 全龄化叙事

很长一段时间,中国电影市场“低幼向”与“成人向”动画在相互借鉴中并未达到理想的状态,直到《西游记之大圣归来》上映,以节假日档期与二次元文化的互动实现突围,成为国产动画合家欢电影的拐点。包括后续的《大鱼海棠》《白蛇:缘起》等动画电影撕掉低幼化标签,显现以全龄化、合家欢为特点的创作导向,尤其是近年来“哪吒”系列电影出色的市场表现,具有本土气质的合家欢动画品牌开始走进观众内心,撬动百亿市场,焕发出强劲的市场竞争力。

面对电影市场多元消费生态

转型驱动,动画电影以全龄化叙事,并注入烟火气、现实感和人情味,构建起从核心受众、亲子受众到边缘受众的“二次元同心圆模型”,并以高度凝练的现代精神内核,满足不同观众的差异化情感需求,契合了观众多元化观影趣味。儿童观众在可预测的简单叙事中沉浸式探索,感受直接纯粹的情感启蒙和视听乐趣;成年人则可在动画隐喻和象征形式里发掘深层内涵,体味思辨的愉悦。市场证明,合家欢电影与春节档、贺岁档等档期的深度绑定,既有利于打造节日新民俗,也能够生成持续稳定的内容矩阵,促进续集系列化生产。

在《疯狂动物城2》中,儿童观众不仅可以为绚丽的动物城世界以及萌趣动物的反差萌兴奋,为兔子朱迪逐梦的勇气和执着感动,还会在充满悬疑色彩的城市英雄冒险破案故事里理解美好友情,这个故事潜移默化地使儿童观众获得积极的心理启蒙和情感哺育。成年观众则在其中关注到社会议题,从兔朱迪和狐尼克两个经典角色中发现、拥抱与反思

自我。恰如盖瑞蛇所说“我没有肩膀呀”,传递出拒绝内耗,不必肩扛所有责任的理念,让观众感受到一份释然的快乐。再如儿童观众在《深海》中感受到的是一场无与伦比的奇幻冒险,成年观众看到的是一场修复原生家庭创伤的疗愈之旅。动画电影对全龄化叙事的拓展,客观上拓展了这一类型的市场空间。

## 数智化升级

作为最能体现前沿科技成果转化的电影类型,动画电影演进的历史,也是制作技术不断推陈出新的历程。近年来本土动画电影制作水准的提升以及技术资源联动,加上对好莱坞动画制作类型策略和技术经验的借鉴,为本土故事与现代技术的融合搭建了较为系统的数智化平台,赋能国产动画以自信底色和独特底蕴。比如以国风美学出圈的《深海》,围绕小女孩富具想象力的梦境,采用“粒子水墨”特效,以高饱和度再现流光溢彩的海底世界,仿

若参宿流动的梦境,生成缤纷诡秘和斑驳陆离的奇观,打造了独具民族风格的三维动画形式。

不同于真人电影,动画影像对现实世界的创意转化通常被赋予某种合理性,这种相对的自由想象契合了观众的舒适区,而由特效技术生成的极致化场景,与纯粹情感相碰撞,凝练为有趣且有意味的动画意象符号。例如《哪吒2》综合运用特效技术,采用流体模拟技术制造海浪、火焰与冰霜特效,运用动态水墨渲染引擎呈现混天绫的飘逸,以及“四海之水”的云雾景观,影片还以大规模粒子系统与群集算法,逼真再现“大洪水决战”等场景……这些匠心制作不仅增强观众的信任感和安全感,也证明了影院沉浸式观影的不可替代性。

动画电影的突飞猛进不仅得益于技术革新的加持,还受益于“中国智造”的全力托举和扶持,伴随中国电影工业化升级的强劲驱动,以及动画全产业链的团结协作,动画IP生态链条日趋系统化和数智化。当前以数据分析、项目管理为主导的体系化生产,开始取代原有的作坊式创作,为动画电影IP延伸至主题乐园、周边产品等领域提供了更多可能性。近来,与《哪吒2》《疯狂动物城2》相关联名潮玩品牌、游戏等衍生品再掀热度,进入观众的日常生活乃至社交活动中,形成了经济效益与文化效益的双向奔赴。

## 包容性视角

综观中外现象级动画电影,它们的共性既体现在技艺与故事的深度融合,还体现在对社会议题巧妙植入。比如《疯狂动物城2》中提到的气候墙危机,动物城里的“沙漠区”“热带雨林区”“北极熊困境”等场景,呼应了当前因气候变化导致的沙漠化、冰川融化等生态问题;《哪吒2》反映了跨代际隔阂等问题;《罗小黑战记》关注战争与科技冲突的问题。动画电影丰富的视觉表现力,使其在植入社会议题时更多呈现为开放性、包容性的视角,借助动画实现情感抚慰与批判反思,避免了刻板的说教性和沉重性,构建起老少咸宜的共情引导机制。当前“极致视觉+真挚情感+社会议题”的叙事组合,也赋予动画电影独特优势。

得益于技术与市场的双重助力,《哪吒2》成为现象级爆款并非在意料之外。如果说《哪吒2》受到中国文化属性的加持,更多得到本土观众的追捧。那么,同样作为动画电影的《疯狂动物城2》得以出圈的重要原因,则在于好莱坞动画长期主义的深耕理念,以及中国电影庞大市场基础与巨大消费潜力的结果。从魔童到小妖怪再到动物城,动画IP的火出圈,反映了当前中国电影市场对好电影、好故事的积极接纳,也彰显了一个日趋包容与开放的市场格局,以及有韧度、有温度的电影产业机制正在生成。

(作者为山东省签约艺术评论家,山东师范大学副教授,艺术学博士后)