



态,推动「奇谭宇宙」迈入可长效发展新阶段。由上影元主导的全链路开发与运营模式,稳步构建起覆盖短片集、电影长片、线上内容与线下衍生的完整生态,植根于「中国动画学派」,积极探索系列化、多元化的内容孵化模式,持续拓宽中国动画的表达边界,产业层面,自2023年首部作品播出以来,《中国奇谭》团队守正创新,不断拓展中式奇幻的边界。创作层面,系列作品联合出品的中式奇幻动画短片集《中国奇谭2》于近日收官。随着第九部短片《大贵人》在胡同烟火与父子温情中落下帷幕,由上美影、上影元、哔哩哔哩与陈廖宇工作室

# 「奇谭宇宙」进入发展新阶段

## 《中国奇谭2》收官

□ 孙佳音

### 拓展中式动画的边界

截至收官,《中国奇谭2》在B站平台播放量突破7100万,追番人数近680万,弹幕总数近20万条。数据背后,首先是《中国奇谭》系列对“中国”与“奇谭”这两个核心元素的守正。

对于“守正”,创作团队坚持从传统文化中汲取养分,通过创造性转化,使古典元素在现代动画语言中焕发新生。如《如何成为三条龙》将国画的“皴法”精妙转化为视觉语法,并融入了傩戏等非物质文化遗产元素;《耳中人》则在《聊斋志异》的框架下进行了富有想象力的扩充与创新……《中国奇谭2》的内核紧扣时代议题,使奇幻故事成为映照现实的精神寓言。如《今日动物园》以“动物园生存”隐喻个体的困守与突围,折射出当代人对自我认同的探寻;而在《小雪》中,故事以医案记录为载体,层层剥开亲子关系的微妙

边界,呈现理解与隔阂的并存。

两个月来,《中国奇谭2》没有局限于第一部的风格与路径,用9个完全不同的故事,以上美影“不模仿别人,不重复自己”的创作勇气与精神,进行了一场更具实验性的艺术探索。在题材广度上,第二部进一步融合武侠科幻、家庭伦理、魔幻现实、神话改编等多种类型:《二郎》在苍凉大漠中注入科幻设定;《今日动物园》以伪纪录片形式隐喻生存困境;《拜山》深入客家文化,探讨城市化进程中人与故乡的情感羁绊。在艺术形式与动画视听的实验上,第二部更是“百花齐放”:《小雪》中充满温度与肌理感的毛毡、《大鸟》的暗黑童话风格与诗意的抽象表达、《刑天》的三维技术与手绘质感的融合,以及《耳中人》沉浸式三层声音设计,均极大地丰富了中国动画的视听表达。

### “奇谭宇宙”迈入新阶段

当《中国奇谭2》九部风格各异的短片共同编织出一幅中式奇幻的全景图时,该系列的影响力也在向更广阔产业生态持续延展。

这种跨越首先体现在内容形态的拓展上。2025年,《中国奇谭》系列首部动画电影《浪浪山小妖怪》斩获17.19亿元票房,创下中国影史二维动画电影票房最高纪录,为“奇谭宇宙”的多元内容布局打下坚实基础。视听内容之外,IP的商业价值也在跨界联动中逐步获得市场验证。伊利携手《中国奇谭2》,围绕《如何成为三条龙》与《今日动物园》两部短片,打造

既契合品牌调性又深入剧情肌理的营销案例;而《中国奇谭2》系列毛绒玩具、文创、礼品等衍生品的热销,进一步拉近IP与观众的距离。

线下场景的拓展同样为IP注入新的生命力。今年1月,《中国奇谭》造梦奇境艺术展在上海首展。展览突破传统陈列,引入光影互动装置与展剧联动等沉浸式体验,通过“观看”到“体验”的转变,重塑观众与IP之间的情感链接。同时,《中国奇谭2》分别与新疆文旅、河源文旅、北京文旅联动,将动画中的奇幻场景导向为可触可感的旅行体验。“奇谭宇宙”正加速融入更广泛的文化消费场景,实现文化价值与多元业态的双向赋能与共生共赢。

(新华社)

