

《疯狂动物城2》打破“续作魔咒”

这座“城”，疯狂背后是风潮

■ 孙立军

2016年现象级动画《疯狂动物城》问世近十年后，续作如期而至。它未陷“续作魔咒”，凭借精准的受众定位、明快节奏、亮眼视听与扎实制作，成为合家欢热门之选，在世界各国掀起一轮观影风潮。自11月26日全球上映至12月3日，该片全球票房已超6.3亿美元。它既让小朋友看得投入，也让成年人找到共鸣，用通俗方式诠释了雅俗共赏的创作逻辑，更在AI技术兴起的当下，给出了动画创作的核心答案。

分层叙事巧思：全家观影，各取所需

好的动画总能打破年龄界限，《疯狂动物城2》受到欢迎，始于它“一人一面”的讲故事方式。

对小朋友而言，影片核心是趣味冒险：兔子朱迪、狐狸尼克携手追查蛇盖瑞，从繁华主城深入神秘偏远区域，卧底、逃亡、解谜的情节环环相扣。蛇盖瑞的俏皮外形、朱迪与尼克的机智应对，满是童真童趣，而其所诠释的简单哲理，也随剧情自然流露，无需生硬说教。成年则能在冒险背后看到现实话题影子：蛇盖瑞作为“外来者”的格格不入，偏远区域与主城的隔阂，情感能融入的文化差异、少数群体困境等内容。这种“浅看是冒险，深看有思考”的设计，让家长观影时不仅觉得无聊，还能借机和孩子聊聊“包容”与“理解”，实现“全家观影，各取所需”。

温暖精神内核：打动不同背景的观众

影片风靡全球的核心，在于“包容差异、拒绝偏见、守护善意”的精神内核——这是不分国界与文化的共通情感。例如，对中国观众而言，蛇盖瑞融入动物城的经历，恰似大城市打拼的年轻人“想被接纳却屡屡碰壁”的写照；朱迪与尼克放下偏见的选择，也契合“和而不同”的理念。

家庭观影时，家长可引导孩子理解“不以貌取人”，年轻人能感受到“坚持善良的勇气”。在全球文化差异凸显的当下，这样的精神内核让不同背景的观众都能收获温暖与力量。

节奏拉满：不拖沓，够爽快

《疯狂动物城2》最直观的看点，是“不拖沓、够爽快”的节奏，牢牢抓住观众注意力。剧情推进毫无多余铺垫，开篇

以蛇盖瑞引发的混乱切入，朱迪和尼克接任务，卧底偏远区域，发现真相陷入危局，每处转折干脆利落，无冗长回忆杀与支线剧情，核心故事线一路推进，尤其契合注意力易分散的小朋友的观影习惯。

视觉节奏同样过瘾，洞穴追逐中的快切镜头、蛇盖瑞滑行的流畅轨迹，带来十足视觉冲击；再加上密集有趣的台词，尼克的俏皮话总能在紧张追逐中添上轻松感。“台词快、镜头快、情节快”的组合，让观影过程如轻松过山车，刺激好玩，全无沉闷感。

美术与表演共振：夸张设计让角色更鲜活

影片画面亮眼，源于美术设计的夸张创意与角色表演的生动鲜活相辅相成。美术延续前作奇幻风格，新增元素贴合主题：偏远区域的潮湿洞穴、粗糙岩石，与主城区的整洁繁华形成鲜明对比，既具视觉冲击力，又暗示了“边缘与中心”的处境差异。

角色设计精准有趣：蛇盖瑞的鳞片纹理清晰，滑行姿态兼具生物特征与卡通夸张；朱迪的兔子外形可爱，奔跑动作充满活力；尼克的狐狸轮廓狡黠，挑眉坏笑的小表情过目不忘。而这些设计与表演完美契合：蛇盖瑞受误解时蜷缩的身体搭配委屈眼神更显可怜，朱迪追查线索时的坚定眼神与小巧外形形成反差，让角色特质更突出。

场景为表演提供舞台，表演让场景有温度，共同构建出立体可感的动物世界。

细节控的胜利：迪士尼制作匠心

影片的耐人寻味，离不开迪士尼对制作细节的追求与把控。角色设计暗藏巧思：朱迪的耳朵会随情绪竖挺、耷拉或抖动，尼克的尾巴放松时摇摆、警惕时绷紧，蛇盖瑞的鳞片随光线变化光泽，身上

的细节巧思贴合其闯荡经历等等。

场景细节无处不在：主城街道的便利店，动物专属招牌充满童趣；偏远洞穴里的干草巢穴、破旧布料，透着边缘群体的生活质感；朱迪警徽的轻微磨损、尼克围巾的细小纹路，让角色与场景更具生活质感。这些不起眼的细节，让影片禁得住反复揣摩，二刷三刷也总能发现新亮点。

声音设计加分：对白贴脸、配乐传神

声音设计是影片感染力的关键，既“好听”又精准服务于角色塑造。

对白与角色高度契合：朱迪的配音明亮有活力，贴合其积极认真的性格；尼克的配音带着慵懒狡黠，关键时刻尽显机智；蛇盖瑞的沙哑嗓音，委屈时放缓、紧张时急促，完美贴合其特质。对白兼顾大众理解度，无复杂词汇，小朋友能轻松跟上，成年人也觉得自然。

配乐堪称“隐形主角”：追逐场景中快节奏电子乐让人心跳加速；角色从“对立”变“盟友”时，配乐柔美温暖，传递信任与默契；蛇盖瑞诉说困境时，轻柔旋律烘托伤感氛围，凸显内心孤独。配乐不抢戏却恰到好处，强化了剧情情绪与角色特质，让观众更易代入。

同类佳作特质：共鸣感是高票房密码

《疯狂动物城2》的成功并非个例，近年来全球现象级动画均以“共鸣感”为高票房密码。

如今年中国动画电影中的《浪浪山小妖怪》以“打工人”视角讲述平凡故事，戳中职场人心声，成为口碑爆款；2015年的《大圣归来》融合传统文化与现代叙事，孙悟空的成长之路既显英雄气概，又传递“守护”价值，彰显文化自信。2024

年的日本动画《蓦然回首》通过两个截然不同的女孩与她们之间共同对于漫画的热爱，聚焦并诠释“青春、梦想、友谊”的主题……这些作品与《疯狂动物城2》一样，用通俗故事传递跨越文化的情感与信念，让不同观众找到共鸣，这也正是它们成为现象级作品的关键。

技术为创意服务：AI时代的想象力与审美力

《疯狂动物城2》采用传统三维技术却交出亮眼答卷，印证了动画创作的核心逻辑：AI时代，想象力与审美力仍是根本，二者与技术结合方能实现雅俗共赏。

影片三维制作延续迪士尼高水准：角色毛发、鳞片质感细腻，场景细节真实可信，但技术从未“炫技”，而是始终服务于故事与审美，让观众感受精致却忽视剧情。

在AI逐渐渗透动画制作的当下，这部电影的成功更显珍贵。AI可辅助建模、渲染等技术工作，却无法替代人类的想象力与审美力——奇幻的动物城设定、有趣的角色互动是想象力的体现；画面取舍、节奏把控、主题表达则考验着审美力。这也启示我们：动画创作的核心不是“用什么技术”，而是“用技术表达什么”，唯有想象力、审美力搭配扎实执行力与配技术，才能做出老少皆宜的佳作。

总而言之，《疯狂动物城2》精准抓住大众需求：以分层叙事和精神内核打动不同观众，用快节奏和精致细节留住注意力，靠优质视听和扎实制作提升体验，更以自身成功印证了“共鸣”与“匠心”的重要性。它不仅是值得全家观影的娱乐大片，更让我们看到：好的动画既能带来轻松体验，也能传递温暖价值，这正是其动人之处。

（作者系北京电影学院中国动画研究院院长）



《疯狂动物城2》剧照。
视觉中国供图

追剧，追景，追生活

打开“剧+游”的多种可能

■ 林玮

随着新大众文艺的迅速发展，影视艺术变得愈加“接地气”，人们开始用各种方式与影视相连接，使线上的故事与线下的场景密切捆绑，强化艺术的“蓝海”，延续叙事的“长尾”。一种名为“剧游”或“影视+文旅”的新文艺现象正在蔓延。它不是用所谓打卡、朝圣、还愿等心态来实现旅游对影视的叙事延伸，而是以更加日常性的多场景链接方式，完成了“文”和“旅”的深度融合。

接住剧情溢出的情感

“游”是接住“剧”之情绪外溢的底座。在影视艺术失去轰动效应的当下，诸多电影、剧集都以为年轻观众提供情绪价值为主要目的，希望能够慰藉他们多少有些干瘪的情感生活。而“剧+游”正是这种慰藉的有效延伸：“游”让剧中的情感表达更加充沛细腻，“剧”则让“游”平添了风景之外的别样情愫。

2025年9月，浙产微剧《盛夏芬德拉》上线，迅速走红，短短十余天就取得了全网播放超过30亿次的惊人业绩，长达二十余天都稳居热榜榜首，正是因为剧中充满浪漫的安全感和陪伴契合了当代青年的重要情绪诉求。剧中，总裁周晨安并不霸道，被他爱上的女主，摄影师白清枚更是独立女性的代表。而两人的恋爱把甜宠题材表现得淋漓尽致，也让金华磐安花溪景区的“蓝色隧道”和李宅祠堂成为了寄托这些情感的载体，尤其“蓝色隧道”和李宅祠堂成为热门打卡地，见证了“剧”到“游”的变迁。游客到访这些剧中场景，主要并不因为其自然风光与历史文化，而是因为它们承载了某种情绪，可以为游客提供象征着当代鲜活的爱情的符号。

“剧+游”的一种可能是让“游”成

传递“剧”之情感与情绪的第二重文本。观众在“游”中感受“剧”中场景的共情效果，有助于艺术内涵的深度彰显。

每个人都是戏中人

“游”是体验“剧”之角色扮演的舞台。影视故事的魅力在于“演”，它对象化地实现了人们的表演欲，也激活了人们对舞台的向往。2022年，安徽阜南县的年轻人鲍小光带领乡村留守老人自发拍摄的低成本三国题材短视频《土味三国》，就在网上引发了广泛、持久的关注；2024年，山东省临沂市沂南县红嫂家乡旅游区推出的“跟着团长打县城”沉浸式影视体验项目，带领游客还原电视剧《亮剑》中李云龙集结独立兵团力攻平安县城的战争场景，迅速走红网络……这都说明人对于“剧”及其角色有着天然的扮演兴趣，“游”是激活它的钥匙。

这种带有沉浸式效果的“演”，至少有三种表现形态：一是穿上剧中人的服饰，到剧中场景去体验人物的场景化效果，“出片”是其基本形态。如北京环球影城的“哈利波特魔法世界”里活跃着无数中国面孔的“魔法师”。二是在剧中拍摄的实景地感受特殊环境的特殊氛围。《好东西》里的外滩18号、“大人汽水”，《爱情神话》里的延庆路23号、新乐路158—5号，都是小红书和朋友圈里“剧照”与“实景照”对比的“常客”。上海车墩影视基地还推出了《南京照相馆》的“实景商业院线影院”。三是借用虚拟现实技术，利用VR大空间来实现对影视剧主角视角的再度体验。如以电视剧《唐朝诡事录》为基础打造的国潮沉浸剧场《唐朝诡事录》等，让游客通过NPC、视听觉等多种互动，深度体验剧中场景的现实转化过程。

“剧+游”的另一种可能是让“游”成

为体验“剧”之人物与叙事的第二重文本。观众在“游”中假想出虚拟与现实的交互，实现了艺术体验的下沉。

“剧”中生活，“游”中延续

“游”是展开“剧”之生活方式的空间。种种由电影、电视剧和微短剧等系列文本呈现出来的独特生活方式，如饮食、服饰、器具、建筑、运动等，都可以在“剧+游”的过程中实现商业化的整合。它们让剧中的场景有了衍生价值。

尤其国家广电总局在2024年初发布“跟着微短剧去旅行”的创作计划，让各地的文旅生活样态都成了“剧”的重要内容。福建泉州的簪花非遗通过《今生簪花，世世漂亮》得到传播，社交媒体上引发一波波模仿热潮；四川乐山的美食文化由《我的归途有风》来展现，短片播放量达1.9亿次，实现了当年“五一”期间乐山A级景区接待游客数同比增长超过45%；青岛藏马山国际旅游度假区以《封神》中的西岐城墙而出圈，将“康养、演艺、游乐、民宿、滑雪、影视”六种主题相互融合，推出了一整套“影视+文旅”新生活方式的整合营销传播。电视剧《长安十二时辰》把一个完整的沉浸式唐风市井文化街区“遗留”在了西安，那里有“唐食”、换装推理等多业态消费场景，是“剧”在生活中衍生的。

“剧+游”的再一种可能是让“游”成为感受“剧”之生活与文化的第二重文本。观众在“游”中体认中华文化的博大与精深，使艺术全面赋能和塑造生活。

让场景超越“打卡”

“一部剧引领一次旅行”是当代社会生活的新表征，也是新大众文艺在生活层面的新显现。“追剧游”作为一种新的旅游形态，是激活影视资源的重要方

式。可是，“剧”与“游”之间也天然存在着场景差异。这突出表现在三个方面：一是影视剧集的生命周期短、迭代快，而文旅项目则倾向于长期发展，很难跟风转型；二是相关产业资本的跨行业运营也存在障碍，文旅项目的营收很难反哺影视项目，因而多是文旅景区热衷跟风影视潮流，出现“一头热”现象；三是“影视+文旅”的复合型业态在行业标准与官方评价方面有所缺失，政府奖补缺乏依据。

这些问题导致了“剧+游”的爆款多为偶发，或以微短剧为主，很难产生全面影响，联动线上线下形成整体创新。激发全民族文化创新创造活力需要调动“剧+游”的支点作用，将影视项目对社会情感结构的敏锐感知和文旅项目对前瞻性商机的敏锐把握结合起来，通过共同投资、股权置换、品牌共享、风险共担等机制，将影视资本与文旅资本提前结合，让二者在全链条上彼此联动。如《繁花》在策划初期就融入了文旅开发环节，车墩影视基地“黄河路”片场的至真园、金美林等几栋建筑都以50年产权的标准进行置景。这样既有利于影视项目树立深耕心态，提升精品意识，也有助于“剧游”场景的创新和转化。

2025年，浙江省发布了《“剧游浙江”行动计划(2025—2027)》，提出“形成亿万流量助力浙江影视文旅融合发展”。不过，若我们仅从用影视带动旅游消费这一思路来理解“剧游浙江”，恐怕未必精准。“剧+游”不止是以“剧”引“游”，更重要的是它激活了从影视剧集中到现实生活里的各种场景，整合全域旅游生产与人的空余时间，以一种新的休闲文明让平凡的生活有趋向美好的更多可能。

（作者系浙江大学休闲学与艺术哲学研究院常务副院长，教授，博士生导师）

■ 韩浩月

近日，多地举办文学奖颁奖活动，吸引了公众的注意力。在文学被“凋敝、没落”等词汇所形容的时代，以及DeepSeek等人工智能写作软件兴起给作家带来“生存危机”的大背景下，文学面临的巨大变化与挑战不言而喻。作为文学常见的传播形式，以图书与期刊为代表的印刷文学销量不断下滑，这在逼迫着文学不断寻找新的扎根土壤。网络为文学提供新空间的同时，也在改写着文学基因，短视频成为新兴的“文学”，占据了用户大量时间。

20世纪八九十年代以来形成的文学概念，遭遇了数字浪潮淹没式的冲击。但需要看到的是，文学变化的是身段与外在，在文学深刻的内核除了还在通过印刷出版物、影视广播剧等固有方式影响受众之外，也在通过短剧、短视频等新兴传播载体继续展现其丰富多元的魅力——文学不会死，在经历了令人眼花缭乱的媒介演变之后，这仍然是一个普遍共识。

除了堪称热闹的文学奖，近年又出现了几项以“文学榜”命名的文学评奖活动，其目光与视线所锁定的对象，仍然是传统意义上的文学，抑或是“印刷在纸张上的文学”，极少有网络文学包括“视频文学”被纳入到如此庞大的文学奖阵容中来。文学榜的出现，名义上参考了量化数据（销量、点击量、评分、算法推荐度），但实质上与强调权威的文学奖并无对抗性——文学榜借以“市场”的名义，对文学奖所缺失的一面进行了补充，更多文学榜的出现，将会携手文学奖扮演“双引擎”角色，为不断被稀释、摊薄的文学提供基本生存动力，并谋求在未来泛化的文学消费领域仍然占有有利位置。

据观察，文学奖与文学榜中的绝大多数，都设立了不同数额的奖金，其中有一些奖金可观。这些奖项与奖金，有的来自出版机构，有的来自地方，一是容易被解读为出版机构在占领话语权高地，二是被认为地方要借文学奖扩大知名度。在肯定作家价值、鼓励文学佳作的同时，文学奖项有其他方面的诉求，只要是合理的，是可以理解的，文学奖在文学价值被低估、文学变现能力在减弱的环境下，给予创作者与从业者一些荣誉与资金上的奖掖，是能够给创作群体带来一些安慰与鼓励的。

文学奖的热度不降反升值得关注。这一现象更像是一场有意识的集体行动，是在数字阅读与AI技术不断重塑文化生态的当下，传统文学业态的从业者，以及文学行当的受益者，联手发起的一项应对文学边缘化的策略，是对新媒体环境下的文学价值，进行一次捍卫性的巩固与重构。这也是为什么文学奖多以保守面目出现，将其他“新文学形式”拒之门外的深层次原因所在，因为在这场对文学价值进行再次锚定的过程中，大量“新文学形式”的作品涌入，将使本就不再清晰的文学概念变得更加模糊，文学在文化创意产品中的内核作用，也会再度飘摇不定。强调文学内核的严肃性，并不等于排斥以文学为内驱的潮流娱乐，但适时寻找两者之间的联系与边界，更有助于双方的紧密互动。

文学奖的举办与传播，有助于将公众注意力更多一点地拉回严肃文学领域，文学奖当下所具备的“自救”特质，仍然能够吸引公众进行比对、思考，让人们在过剩的文化娱乐产品选择中，能够把视线再度投放在曾经辉煌的文学身上，但前提是，文学奖所推出来的作品，应吻合读者对于文学的一贯想象与需求，而想要实现这个不容易达到的目标，文学奖就应该做到：分层奖掖，每个文学奖恪守设立原则与奖励范围，把奖项交到最合适的人选手中；避免同质化、分众化，造成更明显的文学圈层隔离，多考虑有潜力的作家与有前途的创作新人；拒绝赢家通吃，不要出现少数作家与作品占据过多奖项与榜单的状况；不过度追逐名气与流量，不以明星作家为评价奖项含金量的唯一标准；捍卫评奖规则的公平与公正，让文学奖充满活力与透明度，最终整体体现出去浊留清的评奖生态。

文学奖在当下的繁荣，包括颁奖礼布置方面的程序化与娱乐化，在彰显存在感的同时也有着防御姿态，文学奖欲追平影视娱乐奖项的影响力，本质上使得竞相举办的文学奖具备了文化防御战的本质。但想要文学奖产生更大影响力，就有必要通过专业化、权威性、差异化等手段筑牢文学的价值堡垒，同时也要尝试将正在发光的“非印刷文学”纳入评奖体系中来，在坚守“文学内核”不变质的前提下，让文学奖成为连接印刷文学与视频叙事、严肃创作与大众娱乐的桥梁，唯有如此，文学奖正在热闹进行中的这场“自救”，才能真正转化为文学在数字与AI时代的“新生”。

（作者系中国文艺评论家协会理事）

写作的风骨，在泥土中长成

——评长篇报告文学《金果谣》

■ 成向阳

最近，正值常山胡柚的丰收季节。果园里寒气袭人，却掩不住一片热烈的丰收景象，果农们纷纷摘下圆滚滚的金色果实。恰在此时，作家周华诚的长篇报告文学《金果谣》来到我案头。

“写作者不能满足于书斋式写作，而必须走到现实生活当中。脱离时代，不从现实中汲取营养，任何写作都会失去前行的意义。”周华诚的这句话，正是他主动深入时代、挖掘写作富矿的写照。这本十三万多字的书，以“出山—袖见—入戏—回甘”为结构，写的不仅是一颗果子的命运，更是人与乡土共生共荣的故事。书中写到的几位常山人，用各自的方式为家乡的胡柚产业贡献力量：钦韩芬为了打开销路，带着年幼的女儿在水果市场的纸箱上过夜；宋伟卖掉上海的房产，筹钱引进几十万棵新品种柚苗；周志胜宁愿自己亏损，也要坚持把常山越剧传承下去，以越剧赋能胡柚产业；刘峰则琢磨如何通过“胡柚娃”这类文创

这些问题导致了“剧+游”的爆款多为偶发，或以微短剧为主，很难产生全面影响，联动线上线下形成整体创新。激发全民族文化创新创造活力需要调动“剧+游”的支点作用，将影视项目对社会情感结构的敏锐感知和文旅项目对前瞻性商机的敏锐把握结合起来，通过共同投资、股权置换、品牌共享、风险共担等机制，将影视资本与文旅资本提前结合，让二者在全链条上彼此联动。如《繁花》在策划初期就融入了文旅开发环节，车墩影视基地“黄河路”片场的至真园、金美林等几栋建筑都以50年产权的标准进行置景。这样既有利于影视项目树立深耕心态，提升精品意识，也有助于“剧游”场景的创新和转化。

2025年，浙江省发布了《“剧游浙江”行动计划(2025—2027)》，提出“形成亿万流量助力浙江影视文旅融合发展”。不过，若我们仅从用影视带动旅游消费这一思路来理解“剧游浙江”，恐怕未必精准。“剧+游”不止是以“剧”引“游”，更重要的是它激活了从影视剧集中到现实生活里的各种场景，整合全域旅游生产与人的空余时间，以一种新的休闲文明让平凡的生活有趋向美好的更多