

# 王善扬： 因为热爱 所以奔赴

■ 陈惠敏 / 整理

我出生于一个偏远而宁静的福建小县城,那里群山环抱,小时候我们的娱乐选择极为有限,电视仅仅能收看八个频道,但足以成为我小小的世界里的一大盛事。其中,傍晚时分播出的《葫芦娃》动画片,如同一束光,照亮了我对动画世界的无限憧憬的好奇心。我自然而然地开始用稚嫩的画笔,构建自己的动画世界。

在步入绘画学习的正轨时,我将目标对准了中国美术学院。那段备考的日子,如今回想起来,依然带着几分令人心悸的紧张与艰辛。“我叫王善扬,一定要上中国美院!”这样一句宣言,我留在了各个社交平台、集训场地等地方。正是这份不留退路的努力与坚持,让我逐渐在绘画的道路上越走越远。

大学期间,因为父亲的病症,我几乎踏遍了全国各地的医院。这段经历不仅让我目睹了癌症病房中无数重症患者的经历,更深刻体会到了中国式父爱的深沉与独特。这三年,也是我与父亲情感纽带重新编织的三年。它让我有机会以更加成熟和全面的视角去理解父亲——那个曾经在我记忆中总是匆匆来去、不善言辞的背影,如今却以他独有的方式,展现出了作为一个父亲、一个男人的坚韧与柔情。

以此为基础,我创作出了动画微电影《回忆回忆的回忆》。凭借这部作品,我拿下了金猴奖等一系列荣誉。并在之后与伙伴们成立了 wuhu 动画工作室,陆续做出了《安徽名菜臭鳃鱼》、麦当劳现代中国三部曲动画广告等具有相当声量作品,成功在动画行业迈出了我们的第一步。

如今, wuhu 动画人平台根植于对动画事业的无限热爱与执着追求,已经构建起一个多元化且稳固的商业化运营体系。这一体系精心划分为几大核心板块:宣发矩阵,高效传播动画魅力;线下活动,搭建行业交流的璀璨舞台;电商渠道,拓宽创意

变现的广阔天地;以及学习平台,持续为动画人提供成长的沃土。每一板块都紧密相连,共同推动着中国动画行业的繁荣发展。

自 2017 年起,我们持续致力于推荐并孵化中国青年动画导演的新生力量。每年,通过举办中国青年动画电影周及动画创作大会,我们已成功孵化出一系列动画电影、剧集、热门 IP 及高质量短视频项目。在此过程中,我们还积极携手腾讯视频、哔哩哔哩等平台,共同推进“中国青年动画导演扶持计划”,为新锐导演提供宝贵机会与资源。同时,我个人也在不断探索与实践,致力于原创 IP 的孵化,涵盖动画、剧情片、电影及短视频等多个领域,力求为观众带来更加多元化的视听盛宴。

在我看来,中国原创动画市场及其面临的挑战,确实是多维度且复杂的。作为动画行业的一员,我深感这个领域尚属新兴,商业化路径尚在摸索之中。幸运的是,已有不少动画公司在运营与策略上取得了显著成效,为我们积累了宝贵的经验与模式。对于像我们这样的动画公司而言,困境主要在于如何深入挖掘内容价值,打造独具核心竞争力的作品,以赢得市场的广泛认可。这需要我们明确自身定位,无论是专注制作还是原创内容,都应精益求精,确保作品质量与故事吸引力。同时,紧跟行业动态,灵活调整策略,以适应市场的不断变化。

作为动画人,我个人面临的困境则更多体现在职业规划与行业适应上。首先,明确个人发展目标至关重要,无论是成为顶尖的导演、

设计师还是动画师,都应向行业内的佼佼者看齐,不断提升自我。其次,面对行业的日新月异,保持开放心态,勇于尝试新技术、新风格,以创新引领发展。归根结底,我认为困境并非不可逾越的障碍,而是成长路上的磨基石。只要我们坚定信念,明确方向,持续努力提升核心竞争力,就没有什么能够阻挡我们前进的步伐。在解决问题的过程中,我们不仅能够实现自我超越,更能推动整个动画行业的繁荣发展。

总体而言,我坚信任何行业都处在不断前行的轨迹上。从市场经济的视角审视,行业的起落自然成为关注的焦点;然而,从梦想与创作的维度出发,则能洞察到另一番景象:在行业的每一个阶段,无论景气与否,总有那么一群人,他们因热爱而执着,不为外界环境的变迁所动。这份热爱驱使他们不断前行,即便面对行业的低谷,他们也能凭借自己的才华与努力,创造出令人瞩目的成就。

而作为“致力于为全球动画人发声的平台”, wuhu 动画人平台也将始终把推动动画行业的国际交流与合作视为己任,积极为全球的动画导演及行业精英搭建展示与交流的桥梁,让动画的声音跨越国界,传遍世界,力求在更广阔的舞台上,实现动画产业的共生共荣。



● wuhu 动画和腾讯视频联合出品作品《城隍录》



※人物名片

王善扬,杭州悟乎文化创意有限公司总经理, wuhu 动画人空间创始人,中国动画学会理事,中国电影美术学会 CG&数字艺术委员会常务副秘书长,中国青年动画电影周发起人、策展人等。

代表作:wuhu 动画人空间,为全球动画人发声的动画行业媒体。

上榜 2024 第四届中国青年动漫家成长计划。

# 邢原源： 在热爱中坚定前行

■ 周子青 / 整理

我与凝羽动画的缘分,肇始于 2012 年。彼时,一群自幼相伴、情谊笃深的同窗好友,在毕业的十字路口不愿离散,怀揣着对动画艺术纯真而懵懂的热爱,携手踏上了创办凝羽动画的征途。

回望初出茅庐的我们,心中满怀壮志,总想做些放飞想象的内容,也曾尝试构建庞大的世界观来叙事,但事实证明当时的我们尚不具备那样讲故事和制作的能力,经常聊着聊着就陷入一种窘境。反而是在回忆上学时候的点滴趣事时,常能迸发出非常多的灵感和笑料。于是就想,何不做个校园题材的喜剧呢?

说干就干。那段时间里,我们沉浸在持续

的头脑风暴和深入的实地采风之中,循序渐进地完善故事情节、角色设定以及场景等内容。从最初的构思策划和剧本编写,到后续的设计制作乃至配音环节,每一步都倾注了大量的心血与努力。

2014 年,原创国产动画 IP《茶啊二中》正式推出。其名源自长春的古肃慎语“茶啊冲”,意为“天之城”,而“冲”字拆分恰为“二中”,与我们讲述的校园故事不谋而合,也承载了深厚的地域情感与团队记忆。

“把真实感人的故事和人物通过动画的形式拍出来”是我们一直以来坚持的初心和理念。正因为这种坚持,大家在看《茶啊二中》时会从各个角色中或多或少看到自己或身边人的影子。我们相信,把真实人物和事件融合并加以适度的夸张加工创作之后,二中就有了接地气的底色,同时具备动画片所独有的质感;也希望能够借此给观众提供一方忙碌生活中属于自己的小天地,累了倦了就看看二中,看看这里发生的故事,从剧中美好的人物和纯真的情感中,收获一些正向积极的能量,治愈日常的烦恼和不开心。

不知不觉间,《茶啊二中》已经走过了五季、十个年头。它贯穿了凝羽的整个动画创作经历,也见证了我们团队的一次次蜕变与成长。

今年 7 月,《茶啊二中》第五季在腾讯视频正式上线,延续着前四季带给大家的校园里面纯真有趣的一个个小故事。为了让整体感觉更为立体丰满,我们创新采用多线叙事的手法,每集将 2-3 条故事线交织融合,共同呈现一个主题,让大家可以通过一集动画感受到更多二中角色带来的丰富质感。加上故事台词的努力雕琢以及制作效果上的持续升级,第五季可以说是《茶啊二中》系列目前精度最高的一季,上线首日便迅速冲上腾讯视频热搜总榜榜首,远超预期。

此外,我们还在电影、衍生剧和短视频等领域做了多重突围。就短视频领域而言,起初是为了在网剧季更之间保持内容输出,让观众不至于长时间等待;随着关注度的提升,我们发现短视频本身也有非常好的发展潜力,无论是内容结构还是用户画像,相比长视频都是不同的。所以慢慢调整了短视频领域布局的重心,专门为短视频平台持续输出专属的内容,同时将自媒体账号作为《茶啊二中》各个新作的宣发阵地。这样的策略在第一部电影以及第五季上线时都取得了很好的化学反应和联动效果。

自媒体时代的到来,让我们能够更直接地触达观众、了解他们的需求,并在后续作品中作出动态调整。因此,维护自媒体观众的活跃度、保持更好的互动性同样是我们努力的方向。从最初的建群互动、转发抽奖等传统维护模式,到后来的虚拟角色直播互动,我们不断探索与观众建立更直接对话的路径,让他们在观影之外获得更多体验。比如,电影宣发的过程中,我们在全国每一站路演都开启了线上线下同步联动的环节,让无法到场的观众也能感受到活动的氛围和乐趣,成为二中影视剧作品发布过程中的参与者。同时,我们也开展二创大赛等活动,让观众在看片之余找到更多志同道合的朋友一起讨论剧情和角色。

当然,动画行业本身依然是一个对综合素质和团队协作要求极高的领域,离不开优质人才的支撑。我们关注到很多平台都已经在启动各种形式的创作激励大赛和活动,让更多优秀的创作人有自己施展的一方天地,凝羽动画亦不例外。在全国范围内招贤纳士的同时,我们开始把更多精力放在本地人才的发掘与培养上,通过跟院校的合作,努力发掘更多潜在的动画优秀人才,为行业注入新鲜血液,壮大人才储备。

展望未来,随着技术的不断进步和市场的日益繁荣,相信会有更多优秀的个人与团队带着他们的创新作品涌入市场,动画内容的题材也将更加多元化。面对观众对国产动画品质日益增长的期待,我们需要做的就是不忘初心、持续突破,努力创作出更多符合观众需求的优秀作品。以开发《茶啊二中》的短剧、网剧、电影、授权等全领域为核心,我们也会同步做一些原创创新项目的策划和创作,希望通过深耕《茶啊二中》全领域的发展,进一步提升自己和团队的认知,也期待能够将《茶啊二中》打造成一直陪伴大家的经典系列作品,持续传递美好与正能量。



※人物名片

邢原源,吉林省凝羽动画有限公司董事长、总经理。

代表作品:原创 IP“茶啊二中”,动画电影《茶啊二中》、系列网剧《茶啊二中》。以上作品全部或部分作为主策划、出品人、制作人。

相关荣誉:作品《茶啊二中》动画电影荣获第十八届中国长春电影节“金鹿奖”最佳处女作奖。系列网剧《茶啊二中》豆瓣平均 8.9 分,全网播放量 78 亿+。

上榜 2024 第四届中国青年动漫家成长计划。



●《茶啊二中》海报