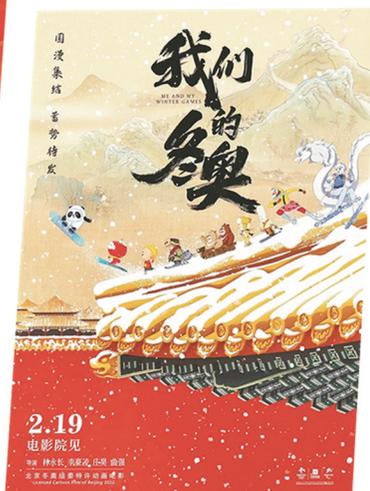
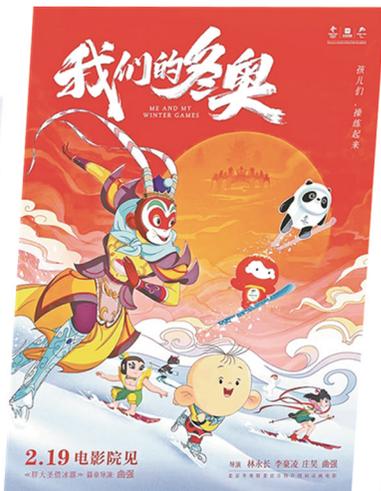


首部奥运吉祥物动画电影明日上映

“含墩量”高达40%



正在举行的北京冬奥会上,萌萌的冰墩墩成为了所有人的“新宠”,而由冰墩墩和雪容融出演的电影《我们的冬奥》也将于2月19日上映——这是奥运历史上首次出现的吉祥物动画电影。该片制作人王裕仁在接受记者专访时透露,《我们的冬奥》“含墩量”很高,40%的戏份都有冰墩墩出现;而且,它和雪容融在影片中会起到重要的串接作用,引出孙悟空、黑猫警长、光头强、大耳朵图图等几十个经典国漫角色,堪称是“中国动画总动员”。

表演接地气

《我们的冬奥》是为北京2022年冬奥会和冬残奥会打造的动画电影,由林永长、李豪凌、庄昊、曲强联合执导。影片讲述了在冬奥会前夕,冰墩墩和雪容融参加奥运村开村典礼时发生的一系列神奇故事,分为《冰雪玫瑰》《九月的冬季假日》《小虎妞奇梦记》《胖大圣借兵器》四个篇章。

冰墩墩和雪容融首次触电,它们的演技如何?王裕仁透露,冰墩墩和雪容融不仅在部分故事章节中担任主角,还会贯穿整部电影。尤其是冰墩墩,出镜率占到了40%,在每一个故事里,几乎都是那个“戏眼”。电影中,它的“人设”也是友好而聪明的。此外,观众也会很过瘾地看到冰墩墩淘气的样子:它会卡在电梯里,呈现很呆萌的状态;它会偷吃零食,也会很贴心地帮别人排队……

不过,冰墩墩和雪容融在影片中并没有台词,都是靠形体来进行表演的。对此,王裕仁说这源自国际奥委会的要求,“历届奥运会所有的吉祥物都是不能说话的,因为不想用性别、年龄、出身地域、种族的方式去定义吉祥物。”王裕仁表

示,这并没有给创作上带来障碍。

国际奥委会:被“惊艳”到了

《我们的冬奥》是百年奥运会历史上,国际奥委会第一次对于商业片进行的授权,要求非常严格。但王裕仁表示,国际奥委会和北京冬奥组委对于影片给予的更多是鼓励和认可,“以往的奥运会吉祥物只有形象,没有故事,而《我们的冬奥》则赋予了冰墩墩多元化的性格。”不过,有些要求是必须遵守的,“比如,冰墩墩和雪容融,前者是北京冬奥会的吉祥物,后者是北京冬残奥会的吉祥物。那么,影片中就绝对不能出现冰墩墩做残奥会项目的画面。而国际奥委会在必要的限制之外,提出了很多好的建议,比如,他们希望在影片中展现出北京的风貌,展现都市现代风范与古老传承的碰撞。”

而这恰恰也是《我们的冬奥》的本来计划,王裕仁透露,动画片中既有现代中国冰雪运动的激情,又有传统老北京的民俗和传统文化,“我本人是老北京,就在什刹海边长大。这部影片花了三个月的时间,以

微缩景观的方式一草一木地重新复刻了什刹海。此外还有九龙壁、景山、北海,老北京的胡同……这些老北京风貌又与现代时尚的鸟巢、中央电视台等建筑交相辉映。”

王裕仁说,国际奥委会看过《我们的冬奥》后,给予了很高的评价。这其中,传统木偶定格动画篇章让他们感觉非常“惊艳”。王裕仁透露:“木偶定格动画是一个耗费时间和人力的巨大工程,而我们只在六个月之内就完成了。此外,我们也展示了制作木偶的很多‘黑科技’——以前的木偶做动作,是要用手去掰的,而现在,我们在木偶中放置了机械骨骼,表演的时候直接用遥控器去让它动起来。”

堪称“中国动画总动员”

《我们的冬奥》集结了中国在3D动画、2D动画、定格动画(制作)上的精兵强将,集结了几十个热门国漫IP,其中不仅有经典老国漫《大闹天宫》《葫芦娃》《黑猫警长》《哪吒闹海》等元老坐镇,还有《大耳朵图图》《熊出没之熊熊乐园》等主力成员参战,新兴国漫代表作

《非人哉》也参与了影片。

影片中本互不相关的人气角色齐聚一堂,相处的过程中如何避免混乱?王裕仁表示,影片分为四个篇章,各个部分主题鲜明,又有主线来进行串接。比如,《冰雪玫瑰》中,讲述的是光头强与熊大熊二在冰墩墩和雪容融的帮助下,从暴风雪中脱险,为参加冬奥比赛的运动员送上祝福;《九月的冬季假日》讲述了九月偶然“捡到”冰墩墩,历尽千辛万苦将其送回;《小虎妞奇梦记》讲述小朋友的冰雪运动启蒙,小虎妞在玩具的鼓励下勇敢面对挑战;《胖大圣借兵器》则讲述齐天大圣借“冰器”时遇到大耳朵图图,然后一起参加天宫冰雪大会的故事。四个部分在冬奥的主题下,又形成一个有机的整体。

王裕仁非常骄傲地表示,中国的二维动画产量已经超过了日本,产能全球第一,三维动画产量也已经超过了美国,领先于世界,今后中国动画还要从IP的孵化、推广以及内容输出方面更加努力。王裕仁说《我们的冬奥》是一部8到80岁都能够观看的影片,希望大家在观看时能够感受到其中的欢乐,获得团结、梦想、勇气和拼搏的力量。

(据《北京青年报》)