

攻下“浪浪山”，武汉动漫处在哪个山头？

这个夏天，电影《浪浪山小妖怪》火爆大银幕。4个小妖怪假扮唐僧师徒，去西天取经，荒诞、搞笑的情节引无数人共情。据了解，武汉两家企业参与了该片创作。

两家公司参与“浪浪山”创作

走进位于武汉经开区的武汉同美文化传媒有限公司，办公区的墙上贴着《浪浪山小妖怪》中的人物海报。公司负责人李军正在指导画师为动画《非人哉》番剧制作画面。因《浪浪山小妖怪》爆火，同美文化接到的合作项目也逐渐增多。

李军1996年开始从事动画行业，在上海工作时，他还参与过《宝莲灯》以及迪士尼的动画作品创作。2017年，李军在武汉创办同美文化，坚持深耕二维、手绘赛道。

2022年，同美文化参与了《中国奇谭之小妖怪的夏天》短片制作，传统水墨画风收获一众好评。之后，出品方再次找到同美文化，邀请他们参与《浪浪山小妖怪》的创作。

李军说：“全公司近30人参与，共完成40多分钟电影内容。这是同美文化第一次参与电影制作，大家倾注了全部热情。”

每个人物每一秒动画都需要绘制至少12幅画面，才能形成连贯的动作。人物的配饰等还要单独新建图层。整个制作过程背后可能需要手绘近十万幅画面。

武汉咕嘟动画影视有限公司是一家位于光谷的初创公司，参与了《浪浪山小妖怪》部分背景画面创作。公司负责人杨倩倩说：“公司今年业务量有大幅提升，武汉动漫市场越来越活跃。”

做动漫，武汉有优势

近两年，武汉动漫产业发展可谓十分热闹。

两点十分参与《哪吒2》制作，助力该片创下中国票房冠



电影周边玩偶。记者覃柳玮 摄

军。

太崆动漫作品《冲破天际》成为首部入围奥斯卡的中国动画短片。

艺画开天打造的《灵笼》形成现象级IP。

武汉拥有国家动画产业基地1家，国家文化产业示范基地3家，湖北省文化产业示范基地42家，国家认定动漫企业32家。

武汉市动漫协会会长张敏列举了一组数据——近两年，50多部国产动画在央视播出，100多部动画电视剧在电视台展播，5部动画大电影在全国院线上映，数十部动画网剧在头部视频平台播出，新媒体漫画平台原创发行进入全国前列。

“武汉动漫产业的整体竞争力在全国处于二线梯队上游水位、中部龙头。”武汉懒人猫数字科技有限公司CEO胡感华介绍。

做动漫，武汉有不少优势。

武汉艺画开天文化传播有限公司市场负责人吴林凡提到，武汉已在3D动画制作、特效渲染、引擎应用、动作捕捉等方面形成了技术优势，每年都在为动漫行业输送大量专业人才。

武汉两点十分文化传播有限公司负责人也提到，武汉文化底蕴深厚，楚文化、三国文化等为行业提供了丰富的创作源泉。

打造有文化辨识度的独有IP

虽有产业基础和成绩，但武汉动漫产业仍任重道远。

胡感华分析，一些互联网大厂把武汉定位为美术中心，核心研发和产品创意不在武汉，不仅不能对产业赋能，甚至虹吸本地资源。武汉曾拥有的美术优势，在AI时代可能会成为劣势。

两点十分负责人说，与北京、上海、深圳等地相比，武汉在产业生态成熟度、资本活跃度和品牌影响力上仍有距离，“这些城市具备更完整的产业链条、更强的资源整合能力和更国际化的市场嗅觉，这都需要武汉迎头追赶”。

“北京、上海、杭州、成都等城市拥有多家具有全国乃至国际影响力的动漫龙头企业，武汉仍以中小型企业和工作室为主，整体产业集群效应无法显现，难以形成以IP为核心的多业态联动效应。”吴林凡提到，武汉在动漫衍生品开发、品牌授权、海外发行、



电影海报。



李军(左一)指导画师进行创作。

记者覃柳玮 摄

资金引入等环节仍较为薄弱。

攻下“浪浪山”后，武汉如何补上产业短板？

胡感华说，企业和政府需要有躬身入局的决心，不断试错、迭代，才可能有突破，“武汉没有自己的动画电影公司，是一个遗憾”。

在两点十分负责人看来，动漫、文旅项目的核心不是技术堆砌，而是找寻情感共鸣。武汉应深度挖掘荆楚文化、三国历史等独有IP，打造有辨识度的城市文化名片，也可借鉴迪士尼的

“全业态运营”思路，盘活老旧空间，打造科技文旅街区，实现从“引得来”到“留得住”的转变。

吴林凡建议以武汉为核心，打造具有影响力、文化辨识度和情感共鸣的IP。

从参与创作到打造独立IP，武汉要找到本土文化符号，延展本土审美语境，将国漫形象打上武汉烙印。

记者覃柳玮

通讯员陈安俊 蒋秋雨
(康华蕾对此稿亦有贡献)