



暑期档国漫再添爆款，将陆续登陆海外市场

《八仙!》凭什么火出圈？



“四川造”动画电影《八仙!》7月18日公映后一路高歌猛进。根据猫眼专业版数据,截至7月26日下午,票房突破7亿元,成为今年暑期档一匹名副其实的黑马。

随着片方公布影片将在全球院线上映的消息,这个立足中华传统神话故事的国产动画电影,将带给世界又一次东方美学的体验。

这个夏天,《八仙!》用今天的国产动画技术,把中国神话里壮阔又具有瑰丽想象的故事铺展在了大银幕上,让散落在典籍、民间传说和话本里的中华优秀传统文化,在新故事里被唤醒、激活,走近更多人。

对话《八仙!》主创团队“草台班子”办大事

◎ 郝妍 汤诗韵

《八仙!》的创作故事本身就像一出mini版的“八仙过海”。近日,笔者对话了本片的主创团队——总监制应旭珺、导演兼编剧牟正洋、制片人曹林林,复盘《八仙!》诞生记。

为什么选择“八仙”这个IP进行开发?

应旭珺:大家对八仙的名字耳熟能详,但他们是怎么成团的,怎么聚集在一起的,又是怎么成仙的,其实没有一个特别成体系的故事。所以就形成了“熟悉且陌生”这样一个特殊的情形,这就给创作者,特别是影视创作者,提供了很大的创作空间。

《八仙!》的核心设定是如何确定的?

牟正洋:难点是重新解构“仙的定义”。就是要提出一个疑问,到底什么是仙?刀枪不入是仙吗?长生不老不是仙吗?腾云驾雾是仙吗?其实都不是,我们片子里给出了一个答案:心怀天下,心系苍生,做对的事,这才是仙。我们希望这群人,尤其是八仙这个团体,代表凡人,代表最底层的普通人。我们想讲的其实是他们展现出来的力量和精神纽带。

为什么选钟离权、吕洞宾当主角?

牟正洋:最初没有想过到底该以谁的视角来讲这个故事。后来从传说和典籍里挖掘到了钟离权、吕洞宾、何仙姑这条关系线,有一种传承感。钟离权点化了吕洞宾,吕洞宾点化了何仙姑……最后他们的“团魂”就是:做正确的事,不问得失只问对错,不问来路只问去处。这样追根溯源去推的话,钟离权就是原点,那也就能确定吕洞宾、何仙姑这几个人物的大概戏份。

《八仙!》创作团队是如何集结的?

曹林林:我们其实是一个新的团队,跟这个故事的走势还挺像的。大家想做一件看起来还挺难的事情,又都是新人。首先要有一个好故事,然后陆陆续续来自五湖四海的人,都带有一点少年感和理想主义,大家都想把这件事情做好,所以加入我们团队。

应旭珺:八仙都有自己的小缺点,都不是完美的人,我们团队中的每个人也都不完美,或者说每个人的能力都没有那么强。但就是因为有这个团队,我们跟八仙的故事互相托举、互相托底、互相鞭策。所以让大家看到,今天特别流行的“草台班子”能够办大事。

(本版图片据片方)

从“八仙过海”到“凡人修仙”故事改编有创意

《八仙!》讲述八个各存心思、各有短板的凡人,如何集结成一个行侠仗义的“草台班子”,最终拯救苍生、位列仙班。

“八仙过海,各显神通”这句话家喻户晓。八仙桌、黄粱一梦、狗咬日洞宾、葫芦里卖的什么药等,八仙元素也早已渗透进日常生活的毛细血管。但若追问一句:八仙有哪八个,他们怎么走到一起的?也许很多人会卡壳。

铁拐李、钟离权、张果老、吕洞宾、何仙姑、蓝采和、韩湘子、曹国舅——这八位神仙家喻户晓,却又面目模糊。对于大多数人而言,他们更像一个符号化的集体记忆,而非有血有肉的个体。这种“熟悉又陌生”的特质,被动画电影《八仙!》的导演兼编剧牟正洋敏锐捕捉到,从而转化为创作的绝佳切口。

不少传统神话故事改编的影视作品往往

力求尊重故事原型,最多在人物造型、故事场景等视觉呈现方面拓展探索空间。《八仙!》则打破这一保守改编模式,用“凡人修仙”的叙事视角,将镜头对准八位主角成仙前的凡人岁月——没有天生神力、毫无主角光环,这群市井小人物依靠民间智慧与脑洞计策,反向套路天庭神仙。影片深度融合了八仙的典故、俗语与传说故事,保留了人物特色,更赋予“草根神仙团”坚守善良、行正道、做善事的精神底色。

主创人员希望,观众走出影院时能记得——一群没有法力的凡人也能成就自己的英雄主义、理想主义,能相信并传承“但行好事,莫问前程”。

现代化的美学表达,又让这种“凡人叙事”贴近当下的年轻观众。影片将蓬莱仙岛设

定成一座人神共居的“超一线城市”——空中有云轨高速、鱼鳍穿梭;“神仙职场”更是让人耳目一新,神仙也得打卡上班,还要考核绩效。从壁画、年画中提取的传统五色体系被融入角色与场景,文化与想象相互赋能,形成了一套完整自洽的美学语言。这些将传统神话与现代生活体验巧妙贯通的手法,得以覆盖更多受众群体。

可以说,《八仙!》用市井烟火改写神性,用群像叙事拓宽情感边界,用现代美学翻新传统表达——它证明了国漫的想象力从未被框定。

《八仙!》兼具挑战性与创新性的改编,突破了传统神话故事改编影视作品的创作尺度,为当代文化语境中对神话叙事的审美逻辑重构与价值取向提供了新样本。

钟离权“痞帅”、吕洞宾“雅帅”角色考据有出处

“雅帅”两种截然不同的美学质感。

作为八仙中唯一的女性,何仙姑被设定为影片中战力最强的一位,也是最后才加入团队的角色。她的造型在传统与当代之间找到了精妙的平衡:荷花花瓣形的耳环,远看如荷叶荷花的服饰配色,裤子上若隐若现的荷花暗纹,既保留了荷花仙子的经典意象,又赋予她“又美又飒”的性格特质,让她既有行侠仗义的果敢,也有偶尔迷糊的可爱,更像一个有血有肉的普通人。

此外,韩湘子的设定同样令人印象深刻,他被塑造成一位“技术宅”,身边总带着神秘箱子,连八卦阵法都由他破解发现。

八仙的故事在岁月长河里演变,人物及其外貌在历朝历代的活本、戏文、古画里不尽相同。在《八仙!》总监制应旭珺看来,历代作者融合史实、传说,用创造力逐步构建“八仙天团”。不同朝代的素材被熔铸在一个自洽的世界里,“八仙”IP,何尝不是历经千年的一次共创。

城市与电影双向奔赴动画技术有支撑

全在这里“一站式”完成,这不是简单的“产地标注”,而是一场城市与作品的双向奔赴。

更耐人寻味的是城市气质与影片内核的契合。八仙是中国神话里很特殊的存在:既是出世的仙,又是入世的侠;既有潇洒浪漫,又极具烟火气,与成都的气质不谋而合。于是,电影里有了八仙围坐吃火锅的桥段,有了道观门前那棵以青城山千年银杏为原型的树,铁拐李甚至说起了川普。火锅的市井、银杏的静谧、川语的质朴三重意象交融,造就影片“入世有温度、出世有风骨”的独特气质。这些四川元素不是生硬植入,而是从这片土地里生长出来的。

一座城市的文化底蕴,不只存在于博物馆和典籍里,更体现在它能否为创作者提供土壤、能否与作品产生精神上的共振。

与此同时,影片也为“四川造”动画确立

了成熟的本土化创作范式。

中国动画电影飞速成长的背后,正是动画技术的托举,是相关产业链的厚积薄发。目前成都高新区已聚集超6000家数字文创企业,产业规模破1400亿元。北京、上海、杭州等地也形成产业集群——当“单打独斗”变成“兵团作战”,国漫的工业化时代就真正来了。

国风动画的走红,契合当下东方美学的潮流。从惊叹于“老祖宗的审美”,到折服于古建里的智慧,再到学习传统生活方式……这股“中国热”旋风,早已穿越山海、刮向世界。当中国神仙“组团出海”,全球观众看到的,就不仅限于瑰丽奇幻的想象、善良坚韧的内核、气韵生动的画面。东方故事潜力无限,好戏还在后头。

(综合《扬子晚报》、《文汇报》、央视财经等)

声音

《八仙!》爆火 地方文旅如何“接招”?

◎ 张静宁

7月18日,动画电影《八仙!》全国上映,票房一路走高,口碑跃居暑期档新片之首。“八仙过海”的故事家喻户晓,而提及这个故事,多数人脑海中浮现的第一幅画面,便是山东蓬莱。这座倚靠渤海的小城,丹崖之上,楼阁凌空,海雾经年缭绕,古来便是文人墨客笔下的“人间仙境”。这一次,电影的热度又将蓬莱推到了聚光灯下。

近几年,影视作品带火了不少旅游目的地。这一次,《八仙!》的爆火,让烟台蓬莱和拍摄地浙江象山站在了流量门口。但是,浪潮越是热,越是需要冷思考。如何接住这波流量,并将其转化为持久的文旅资产,考验的是眼光、是耐心,更是一种将文化资产转化为旅游体验的智慧。

要接住这波流量,就要先理解这波流量。一部电影的成功,表层是故事与视觉,深层则是它与其所处时代的对话。

在《八仙!》的叙事中,吕洞宾怕狗,背后是他幼年流落荒野、险些葬身野狗之口的创伤;钟离权因救人而触犯门规,昔日所救百姓无一人施以援手,沦为蓬莱岛上以偷盗为生的人。电影里的八仙,各有各的狼狈与破绽,更像是一个“草台班子”。观众在银幕上看到的不是神,而是和自己一样会恐惧、会犯错的普通人。这样的故事为焦虑中的人们提供了一剂精神解药。所以,地方文旅要接住的,正是这份藏在故事深处的情感共鸣。

这份情感共鸣,该如何落地?回看那些接住了影视剧流量的地方,它们的路径虽各不相同,但都指向了同一件事:完成了从“景观”到“场域”的转换。《去有风的地方》带火大理,是整座城市被营造成了一个可以“慢下来生活”的空间,每个街角都在无声地邀请游客成为故事里的一部分。《长安十二时辰》让西安出圈,是将盛唐气象融入可触摸、可参与的沉浸式体验,让游客从“看唐朝”变成“进唐朝”。

作为八仙过海景区所在地的蓬莱,它的真正优势在于蓬莱阁下的那片海、海上的那片雾、雾里生活着的那群人。这些无法被异地复制的东西,才是地方文旅真正的竞争力。这正是《八仙!》带给地方文旅的真正启示:一部电影虽能点燃一时的热情,但能留住人的,永远是那片土地本身的生活质地与文化厚度。

从“蹭一部电影的流量”到“养一方水土的文脉”,需要的是对当地文脉的深耕,这条路很长,但只要方向对了,每一步都算数。



电影《八仙!》海报。