

首部奥运吉祥物动画电影2月19日上映

《我们的冬奥》“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北京青年报记者专访时透露，《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”。

影片“含墩量”高 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。

《我们的冬奥》是百年奥运会上，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

国际奥委会为中国动画“惊艳”

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。”

《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》等主力成员参演，新兴国漫代表作《非人哉》也参与了影片。

王裕仁表示，得到国际奥委会和北京奥组委对剧本的认可后，距离上映只有六个多月的时间。幸运的是项目得到了上海美影厂等IP制作方的大力支持，一

共有1300名动画人投入了该片的创作，使得《我们的冬奥》能够融入CG动画、传统木偶定格动画等多元的表现形式。

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

