

聊斋:兰若寺 下一个顶流?



暑期光影 ②

据灯塔专业版最新数据显示,截至7月7日,2025年暑期档(含预售)总票房已突破25亿元大关,超百部中外影片在这个黄金档期角逐银幕,呈现一派热闹景象。然而,这看似繁荣的市场表象之下,却难掩行业深层次的隐忧。中国电影评论学会会长饶曙光一针见血地指出,当前市场稀缺的并非影片的数量堆积,而是真正具备“影院电影硬核元素”的优质内容供给。他强调,这种“硬核元素”特指那些唯有在影院大银幕上,配合顶级声效设备才能获得极致体验的沉浸式视听震撼力——这恰恰是影院区别于流媒体的核心价值,也是吸引年轻观众在暑期放下手机、走出家门、重返影院的关键竞争力。

创新叙事引发期待

在此背景下,追光动画备受瞩目的新作《聊斋:兰若寺》于近日正式揭开面纱。片方发布了名为“别有洞天”的定档预告片及精美海报,并官宣影片将于7月12日全国上映。这一消息迅速点燃了观众热情,引发广泛关注。该片不仅是国产动画史上首次尝试以“故事集”的篇章式结构来呈现“世界短篇小说之王”蒲松龄的鸿篇巨著《聊斋志异》,更在艺术表现上进行了大胆探索。影片采用独特的“1+5”叙事框架,巧妙地将《崂山道士》《莲花公主》《聂小倩》《画皮》《鲁公女》等六个风格迥异、主题多样的经典聊斋故事,通过“兰若寺”这一核心场景有机串联,编织成一个多元丰富的奇幻宇宙。

在视觉美学上,《聊斋:兰若寺》承袭并创新了中国传统绘画艺术。全片以宋代典雅精妙的院体画风为基底勾勒叙事,不同篇章又各具特色。例如,“画皮”篇进行了突破性的视角转换,创新性地从陈氏女性的角度切入故事,并运用细腻严谨的工笔技法,高度还原了古书中描述的“描皮夺魂”这一惊悚场景。诡谲神秘的魅影与清新淡雅的水墨意境激烈碰撞,将中式恐怖美学推向了令人屏息的新高度。这部汇聚匠心与创意的作品,能否重现甚至超越追光动画前作《长安三万里》的票房奇迹,令人期待。

能否再现前作辉煌?

《聊斋:兰若寺》由缔造了《长安三万里》辉煌的原班人马倾力打造,这无疑为其品质提供了背书。回望2023年暑期,《长安三万里》无疑树立了国产动画电影的一座丰碑。这部以盛唐气象为宏大背景,聚焦“安史之乱”后高适对与李白往昔情谊追忆的史诗动画,以其168分钟的创纪录时长,成为中国影史最长动画电影。其市场表现更为耀眼:最终豪取18.24亿元票房,高居中国影史动画电影票房亚军宝座,并跻身2023年内地年度票房榜第七名。

《长安三万里》的成功远不止于票房数字。在荣誉方面,它接连斩获第36届中国电影金鸡奖最佳美术片、第20届中国国际动漫节“金猴奖”综合奖动画电影金奖等多项重量级大奖,专业认可度极高。更令人惊叹的是其强大的文化辐射力与产业带动效应:影片上映期间,西安市与出品方深度



联动,推出一系列文旅推广计划,显著带动了当地旅游及研学市场的火爆;武汉黄鹤楼景区游客量因影片提及而出现爆发式增长;在抖音电商平台,与影片相关的诗词、历史书籍销量较上映前激增2317%,掀起一股全民“唐诗热”。这种文化、旅游、出版等多领域联动的“破圈”效应,印证了其作为一部现象级作品的全民影响力和社会价值,树立了一个难以企及的成功标杆。

热门档期机遇与挑战并存

对比《长安三万里》与《聊斋:兰若寺》,两者在题材基础与受众广度上存在显著差异。《长安三万里》依托于国人血脉中深厚的唐诗文化基因,李白、高适等诗人故事家喻户晓,诗词魅力老少咸宜。无论是学生群体为感受课堂诗词的鲜活意境,还是成年人追寻文化记忆与家国情怀,都有强烈的观影驱动力,受众覆盖面极广。反观《聊斋:兰若寺》,其根基在于《聊斋志异》这部充满奇幻色彩的志怪小说集。志怪题材在国内虽拥有稳定的爱好者群体,尤其是对奇幻、悬疑、恐怖元素感兴趣的年轻观众,且“聂小倩”“画皮”等故事本身也具有极高的知名度,但其文化根基的普遍性和情感共鸣的广泛性,相较于唐诗文化而言,受众面可能相对垂直和聚焦,其吸引力更侧重于满足观众对神秘未知、视觉奇观和心理刺激的探索欲。

在档期选择上,《聊斋:兰若寺》同样

押宝竞争白热化的暑期档。这一档期拥有庞大的学生观影群体和家庭观众,是票房产出的黄金时段,《长安三万里》的成功也印证了暑期档的潜力。然而,机遇总伴随着挑战。今年暑期档影片扎堆,超百部中外影片同台竞技,观众的注意力和时间被极度分散。对于《聊斋:兰若寺》而言,如何在拥挤的排片表中脱颖而出,精准触达其目标受众,是其在激烈竞争中杀出重围的关键。

综合来看,《聊斋:兰若寺》无疑具备冲击高票房的深厚潜力:背靠追光动画日益成熟的工业水准和良好口碑,依托《聊斋志异》这一取之不尽的经典故事宝库,加之创新性的篇章叙事和独树一帜的中式恐怖美学风格,都构成了其核心竞争力。然而,志怪题材相较于唐诗文化在全民共鸣上的天然差异,以及暑期档“修罗场”般的竞争态势,都意味着复制《长安三万里》18亿元+的全民级票房神话将面临巨大挑战。影片的成功,更可能依赖于能否在其核心受众群体中引发强烈反响,并通过突出的影院“硬核”视听体验和优质口碑,实现观影人群的裂变式扩张。

电影市场永远充满变数。最终,《聊斋:兰若寺》能否在2025年暑期档的票房鏖战中拔得头筹,成为又一现象级作品?它又能否在满足核心受众的同时,以其独特的艺术魅力和影院体验,吸引更广泛的观众群体,为当前渴求“硬核元素”的电影市场注入一剂强心针?这一切悬念,都将在7月12日影片上映后揭晓。市场与观众,正屏息以待这部动画新作带来的惊喜。

相关新闻

暑期档动画电影 “神仙打架”

《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)虽已正式告别院线,但其点燃的动画电影市场热度未减——据不完全统计,2025年暑期档将有超过20部中外动画电影接连上映,涵盖国产新锐,以及日本动画、欧美动画的经典作品。

“《哪吒2》的成功证明,优质国产动画不仅能打破‘低龄化’标签,更能以文化共鸣和情感共鸣征服全年龄段观众。”正如业内人士所言,《哪吒2》为行业树立了标杆,也抬高了观众对暑期档动画电影的期待阈值,谁能成为下一任动画“顶流”,尚需拭目以待,而被寄予厚望的,除了《聊斋:兰若寺》外,还有三部国产动画同样位列热门候选,分别是《浪浪山小妖怪》《罗小黑战记2》以及《艺术学院1994》。

曾于2023年火爆全网的动画短片集《中国奇谭》将于这个暑期档首推剧场版《浪浪山小妖怪》,聚焦原作中人气角色“浪浪山小猪妖”,讲述其离开家乡后的冒险故事。总导演陈廖宇透露,影片将延续单元剧结构,融入更多社会议题:“我们希望用妖怪世界映射人间百态,让不同年龄层的观众都能找到共鸣。”

曾与《哪吒1》同台竞技,并拿下3.15亿元内地票房与豆瓣8.0分口碑的优秀国漫作品《罗小黑战记》也在暑期推出续作。这部以“治愈系”画风和庞大世界观闻名的二维动画,此次将解锁“妖灵会馆”的终极秘密。导演木头表示:“我们坚持手绘制作,虽然效率低,但能保留动画最本真的温度。”

另外,由《大世界》导演刘健执导的动画《艺术学院1994》也具“黑马”之相。作品以20世纪90年代南京艺术学院为背景,聚焦一群艺术青年的理想与迷茫。影片入围第75届柏林国际电影节主竞赛单元。这一作品有望打破“动画=娱乐”的刻板印象,让观众看到动画承载思想深度的可能性。

